

OPIUM

AUSGABE #1
€ 12,50

für Hamburg

2018

Die schönsten Seiten Hamburgs
IAN KIRU KARAN

Mein Leben in Bildern
TOM JACOBI

Interview
JONICA JAHR
SUE GIERS
LUTZ MARMOR
STEFAN WULFF



GEHT UNTER DIE HAUT

LIEBE



PALLADIO COLLECTION
18 Kt gold



AL CORO

alcoro.com



BECKER
JUWELIERE & UHRMACHER

Gänsemarkt 19, Hamburg

Tel. 040 33 40 90

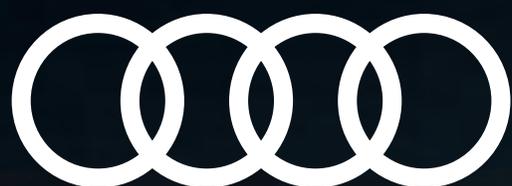


PORSCHE DESIGN

INSPIRED BY OUR PASSION FOR DESIGN

Porsche Design Hamburg | Poststraße 4 | 20354 Hamburg

www.porsche-design.com



Volkswagen



Nutzfahrzeuge



ŠKODA



SEAT





YORK

PRINCE OF
SCHAUMBURG-LIPPE

Historie am Handgelenk

YORK IST DIE MARKE MIT HISTORISCHEM HINTERGRUND. FEINSTE, HANDGEFERTIGTE UND STRENG LIMITIERTE MEISTERWERKE ERINNERN AN PRÄGENDE EREIGNISSE AUS DER FAMILIENGESCHICHTE.

DIE SERIE FORT DE LIPPE IST DEM GRAFEN WILHELM ZU SCHAUMBURG-LIPPE GEWIDMET, ERBAUER DES FORTE DE NOSSA SENHORA DA GRAÇA IN PORTUGAL, DAS ZU SEINEN EHREN FORT DE LIPPE BENANNT WURDE.



YORK FORT DE LIPPE

Blue Heritage

YORK WATCHES FORT DE LIPPE - BLUE HERITAGE - 18 KT WEISSGOLD, LIMITIERT AUF 99 EXEMPLARE





YORK

PRINCE OF
SCHAUMBURG-LIPPE

Schmuck, der Geschichte erzählt

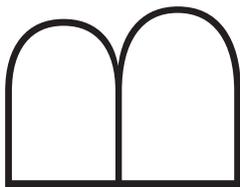
YORK IST DIE MARKE MIT HISTORISCHEM HINTERGRUND. FEINSTE, HANDGEFERTIGTE MEISTERWERKE ERINNERN AN PRÄGENDE EREIGNISSE AUS DER FAMILIENGESCHICHTE. RINGE AUS DER Y-SERIE WERDEN INDIVIDUELL GEFERTIGT.

JEDER STEIN IST EINZIGARTIG UND WIRD AUF IHRE WÜNSCHE ANGEPASST.
18 KARAT ROSÉGOLD MIT EINEM BLAUEN TANSANIT AUS 15 KARAT UND BRILLIANTEN.





Es waren nur diese fünf Buchstaben, die für uns Anlass genug waren, um weitere fünf Buchstaben zu entwickeln. OPIUM, das neue Magazin soll die Liebe zu Hamburg demonstrieren – für Hamburger von Hamburgern, die ihre Stadt lieben.



Das Geheimnis der Liebe ist mit vielen Worten zu beschreiben und doch unberechenbar: anziehend, einbindend, fokussierend, suchtaulösend, rätselhaft und doch magisch. Facettenreichtum in allen Farben macht Liebe aus.



Ohne die Liebe wäre das Leben nicht lebenswert. Ohne sie würde es weniger leidenschaftliche Interpretationen in Kunst und Musik geben. Ohne sie wären Darstellungen in Film und Literatur oft eintönig. Ohne sie würde die Lebenslust fehlen. Ohne sie würde es OPIUM mit diesem Blick auf unsere Stadt nicht geben.



Wir lernen, geschäftlich wie privat, viele hochinteressante Menschen kennen, die uns mit ihren Eindrücken, ihrer Hingabe, ihrer Liebe zum Detail und größtem Enthusiasmus inspirieren. Der Austausch mit diesen unterschiedlichen Charakteren und wundervollen Menschen, hat uns nicht nur inspiriert, sondern auch viele Denkanstöße gegeben. Genau diese Menschen lösten den Im-

puls in uns aus, dieses neue Metropol-Magazin entstehen zu lassen. Mit großer Leidenschaft und extrem viel Engagement stellen wir uns nun dieser neuen unternehmerischen Herausforderung und haben die erforderlichen Schritte eingeleitet, die dieses Magazin zum Leben erweckt haben.

Interessanterweise gibt es zwischen der Heftgestaltung und unserem beruflichen Leben diverse Parallelen, wie z.B. perfekte Zusammenarbeit, Erzeugung von Begehrlichkeiten, Zuverlässigkeit, präzises Handeln.

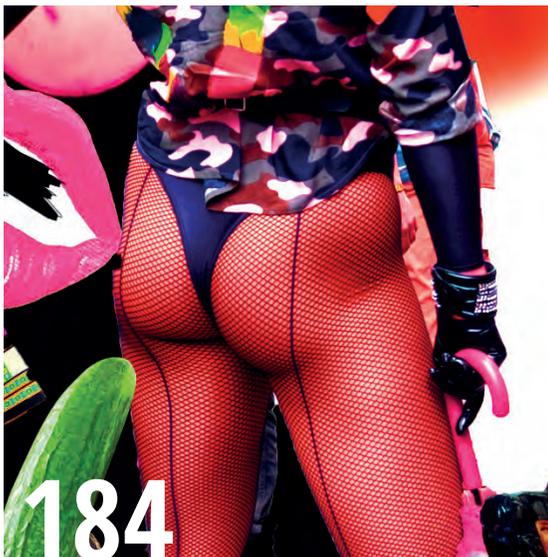
Wir lieben was wir tun! Von diesem Motto haben wir uns leiten lassen und die Erstausgabe dem Thema Liebe gewidmet. Wir sind bereit, Dinge zu versuchen und Neues zu wagen und empfinden dabei eine große Lust.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre unseres Magazins.

Mit besten Grüßen


Christian Dunger


Gunnar Henke



MEIN HAMBURG

- 16 STATEMENTS**
Hamburger Persönlichkeiten
- 22 IAN KIRU KARAN**
Die schönsten Seiten Hamburgs
- 46 TITEL**
Tattoo - Liebe geht unter die Haut
- 184 EIN STADTTEIL WIRD VORGESTELLT**
St. Georg

INTERVIEW

- 67 ANABEL MELLINGHOFF**
Steinways erster Pop-up Store
- 70 LUTZ MAMOR**
„ne echt kölsche Jung“
- 80 STEFAN WULFF**
Dankbarkeit, Entscheidungen, Visionen
- 88 FONTENAYS CHEFKOCH CORNELIUS SPEINLE**
Auf Sternsuche
- 94 ROLF E. BRÖNNIMANN - BUDERSAND**
Hörnums Performer
- 99 PHILIPP STODTMEISTER**
Es kommt auf die Zugänge an
- 118 DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER**
Peter Kölln - Trend-Ernährung
- 160 UTE MIDDELMANN**
UMPR - Leidenschaft für Kommunikation



ART & DESIGN

- 32 TOM JACOBI**
Mein Leben in Bildern
- 100 OLIVER LASSEN**
Im Fokus
- 110 MAGDA KRAWCEWICZ**
Das Ausnahmetalent
- 162 CLEMENS GERLACH UND PEER HARTOG**
Marken sind die neue Religion
- 179 CARMEN LEISS**
Hamburger Nachwuchskünstlerin

SPORTS & HEALTH

- 154 DR. FLECK**
Iss dich gesund
- 172 SPORT IN THE CITY**
- 177 DAS WUNDER DER SCHOKOKAPSEL**

BOOKS

- 144 TARIK ROSE**
Kochheld und Buchautor
- 150 BUCHVORSTELLUNGEN**
Zeitgeist
Erklär mir Italien
Sex & Cigarettes

HAMBURG HILFT

- 84 JONICA JAHR**
Das Herz am rechten Fleck



128



58



138



142



132



136



54

FOOD & BEVERAGE

122 **OLIVER THIEME**
Welt der Weine

124 **MAXIMILIAN WILM**
Frauen haben keine Ahnung
von Wein

126 **WEINEMPFEHLUNGEN**

128 **CORNELIA POLETTO**
Hamburgs Genuss-
Botschafterin

132 **IZAKAYA**

134 **CASA DI ROMA**

136 **AU QUAI**

138 **SAGEBIELS FÄHRHAUS**
Genusspiraten

140 **MAISON MITCHELL**

140 **HENSSLERS KÜCHE**

141 **SALT & SILVER**

141 **JOE & THE JUICE**

142 **MÖLLER'S ANKER - SYLT**

FASHION & LIFESTYLE

54 **STEFAN ECKERT**
Der Trendsetter

58 **SUE GIERS**
Das Allroundtalent

64 **SIMONE BRUNS**
Luxus für die Haut



SOCIETY

202 20 JAHRE WÄSCHEREI

208 HAMBURGER
IMMOBILIENNACHT

210 MEDIA ENTERTAINMENT
NIGHT

217 CHAMPAGNE
Preis für Lebensfreude

219 ART 'N' SHOW II
Sylvia Schramm

219 BVLGARI

221 FILMFÖRDERUNG

222 OPIUM BRUNCH AT THE
DOCKS

225 NANNEN PREIS 2018

ARCHITECTURE & LIVING

168 BIRGIT ROTTER
Funkelnde Kostbarkeiten

170 BADESALZE

205 THINGS WE LIKE

20 CONTRIBUTORS

158 GOOD TO KNOW

226 IMPRESSUM



MEIN HAMBURG



CHRISTINA BLOCK

Alster und Elbe

„Hamburg ist für mich die Nähe zum Wasser mit Alster und Elbe. Die Mischung aus Kaufmannshäusern, aber auch vielen Parks und Grünanlagen macht unsere Hansestadt zu einer der schönsten und lebenswertesten Städte. Hier ist meine Familie und unser Unternehmen zuhause.“

Photo © Block Gruppe



UWE SEELER

„Ich liebe Hamburg, meine Stadt, weil sie für mich alles hat.“

Photo © Uwe Seeler Promotion, Norderstedt



SYLVIE MEIS

Die schönste Stadt

„Man kann sich inspirieren lassen von vielen schönen Städten in der ganzen Welt, aber Hamburg ist einfach zu Hause - die schönste Stadt!“

Photo © Meis Enterprise, Michael Goldenbaum



OLIVIA JONES

Weltoffen und bunt

„Ich liebe Hamburg, weil es eine weltoffene und bunte Stadt ist! Genau richtig für Paradiesvögel wie mich!“

Photo © Jacktink



CORNELIA POLETTA

Beeindruckend und wunderschön

„Hamburg ist für mich Heimat, die sich immer neu erfindet. Hanseatisch-klassisch, modern und zwanglos, beeindruckend und wunderschön. Hier fühlt man sich wohl, hier möchte man für immer bleiben.“

Photo © www.studiolassen.de



GERHARD DELLING

Alles, was mir wichtig ist

„In Hamburg bin ich zuhause, denn hier habe ich alles, was mir wichtig ist: meine Familie, Freunde, Arbeit, Stadt, Natur, Sport und Kultur und immer auch Entwicklung!“



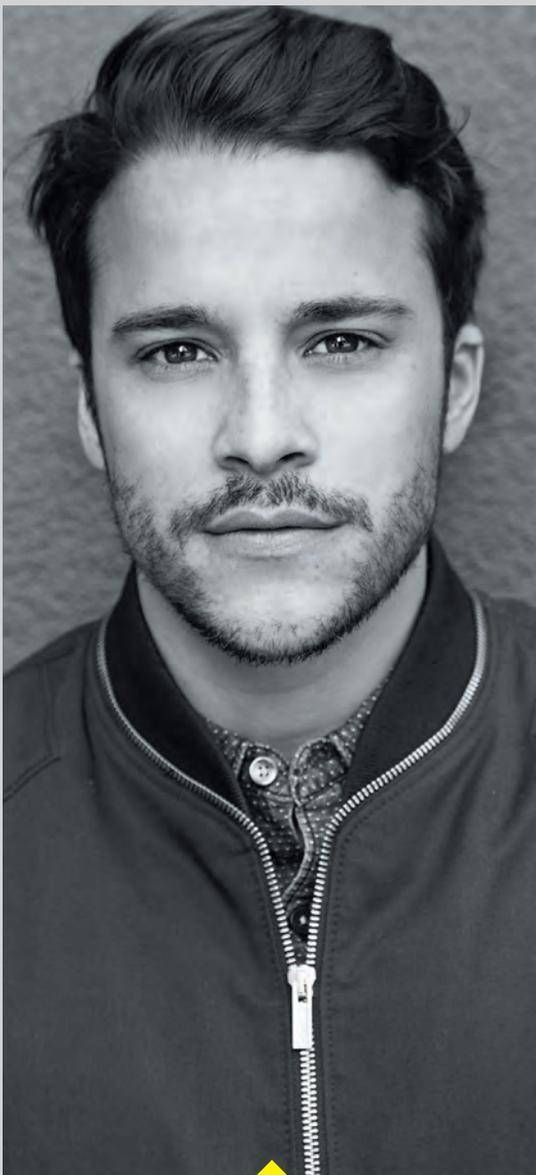
ALBERT DARBOVEN

Maritim und weltoffen

„Seit 1189 steht Hamburg für hanseatisches, handwerkliches, maritimes und weltoffenes Selbstverständnis.“

Photo © Kay Bohlmann





TIM MÄLZER

Kulinarisch spannend

„Hamburg ist meine Heimat und eine der spannendsten und schönsten Städte der Welt. Gastronomisch eigen und selbstsicher, kulinarisch spannend und mittendrin.“



JOJA WENDT

Deutschlands Musikhauptstadt

„Hamburg ist Deutschlands Musikhauptstadt. Künstlerische Kreativität kann in unzähligen schillernden musikalischen Biotopen gedeihen, begünstigt durch eine Vielzahl an Angeboten von den Clubs und Theatern über Musicals bis zur Elbphilharmonie. Eine Kulturszene, die anders als beispielsweise in Berlin, in der Realwirtschaft verankert ist. Aber nicht wie in München subventioniert wird. Und eine fein austarierte Subkultur ist der innovative Motor einer funktionierenden Gesellschaft.“



KOSTJA ULLMANN

Meine Perle

„Es erfüllt einen immer wieder mit Stolz, Nicht-Hamburger durch diese Stadt zu führen. Hamburg ist und bleibt meine Perle.“

Photo © Adrian Höllger



DIRK LUCKOW

Undogmatisch und freigeistig

„Weil die Leute in Hamburg sehr offen sind, undogmatisch, freigeistig, gerne nach vorne blicken. Auch weil Hamburg anders ist als man im ersten Moment denkt, mit größeren Dimensionen und mehr Schattierungen, als man erwartet. Hamburg hat sehr eigene Stadtviertel mit unterschiedlichsten Stimmungen, ist sehr urban geprägt, mit wilden, rauen Ecken, ansonsten grün durchwachsen, mit den Polen Hafen und eleganter Innenstadt und ungezählten Lieblingsorten wie der Elbe, die alles mit dem Meer verbindet. Nicht zuletzt lieben wir Hamburg wegen der fantastischen Kunstmeile, an der alle großen Kunstinstitutionen Hamburgs vertreten sind.“

Photo © Michael Schipper



OTTO WAALKES

Vom Michel aus kann man fast bis nach Emden gucken

„Hamburg ist so schön und modern und weltoffen, dass man Ostfriesland fast gar nicht vermisst. Nur die Schafhinterlassenschaften fehlen ein bisschen - und vielleicht ein Deich am Fischmarkt. Aber die Luft ist toll, die Frauen schön, die Männer schön angezogen und vom Michel aus kann man fast bis nach Emden gucken.“

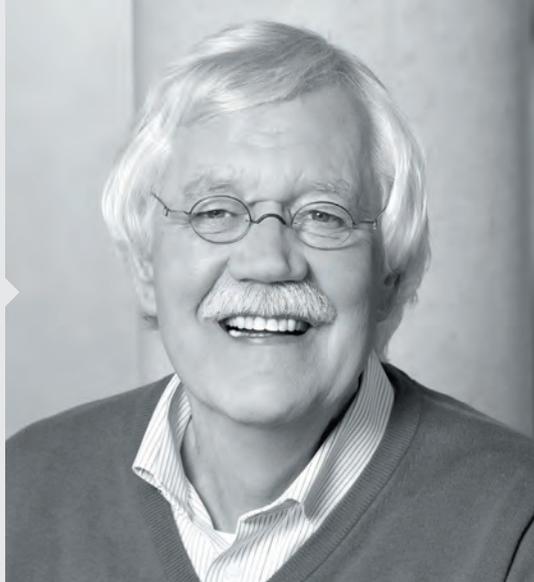
Photo © Ruessl Musikverlag GmbH

CARLO VON TIEDEMANN

Entflammte Liebe

„Ich habe mich in Hamburgs Gesichter verliebt, diese Stadt hat so viele Gesichter, dass die Liebe immer wieder neu entflammt.“

Photo © NDR



DR. MICHAEL OTTO

Tradition und Innovation

„Hamburg ist für mich Hafen und Kaufmannschaft, Tradition und Innovation, der Welt zugewandt, offen und tolerant. Eine lebenswerte Weltstadt.“

Photo © Otto GmbH & Co. KG, Hamburg



YASMINA FILALI

Niemals Langeweile

„Ich liebe Hamburg, weil...es unmöglich ist, sich in Hamburg zu langweilen, niemand ein Außenseiter ist und keiner zu alt für den Dom ist.“

Photo © Yasmina Filali, www.yasminafilali.com

CONTRI

Martin Fischer

STRATEGIE MIT IMPULSEN



Seine Karriere begann Martin Fischer im Anzeigenverkauf bei Anne Burda und als Anzeigenleiter bei der Motorpresse Stuttgart. Zunächst als Geschäftsführer Marketing und später als CEO war Fischer maßgeblich für den Aufbau und den Erfolg der Verlagsgruppe Milchstraße zuständig. Er war in dieser Zeit an der Einführung bekannter Titel wie „TV-Spielfilm“ beteiligt. Als Geschäftsführer von iq media verantwortete er die Sales-Aktivitäten renommierter Titel wie Handelsblatt, WirtschaftsWoche und ZEIT. 2016 gründete Martin Fischer seine eigene Beratungsfirma MFM in Hamburg.

Sigrid Kahrs

EIN GARANT FÜR ZUVERLÄSSIGKEIT



Sigrid Kahrs überzeugt durch 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. Die Schwerpunkte der gelernten Groß- und Außenhandelskauffrau liegen auf der internen Kommunikation, Publishing, Change und Event. Sie setzt sowohl Mitarbeitererevents zur Strategievermittlung als auch Druckprojekte in jeder Größenordnung souverän um.

Peter Strahlendorf

IM GUTEN DIALOG



Peter Strahlendorf ist 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“. Seine berufliche Laufbahn begann der Betriebswissenschaftler 1977 in der Marktforschung und Kundenberatung bei der Hamburger Werbeagentur Lintas. Weitere Erfahrungen sammelte er in der Redaktion „Der Kontakter“ und als Prokurist und Mitglied der Geschäftsleitung im Bereich PR und Öffentlichkeitsarbeit von SAT.1, Berlin. Seit 2010 ist er Vorsitzender des Verbandes der Zeitschriftenverlage Nord e.V. mit Sitz in Hamburg.

Yasmin Witt

DER BLICK AUF DAS ZIEL



Seit rund 20 Jahren unterstützt Yasmin Witt das Unternehmen Henke Relations als Supervisor und Prokuristin. Ihre langjährige Erfahrung aus den Bereichen Eventmarketing und Eventmanagement, gepaart mit ihrem hohen Qualitätsanspruch, ihrer Stilsicherheit und Professionalität, sind der Garant für die zielgruppengerechte und zeitgemäße Kundenberatung. Konferenz, Messeauftritt, Gala oder Medienevent – mit ihrer Kreativität und persönlichem Engagement wird jedes Event optimal umgesetzt.

Michaela Schirrmann

WISSENSTRANSFER VOM HÖCHSTEN WERT



Michaela Schirrmann zeichnet ihre langjährige und umfassende Erfahrung aus dem Medienbereich aus. Bevor sie 2014 zur Geschäftsführerin von Dumont Media ernannt wurde, war sie unter anderem in leitenden Funktionen bei Gruner+Jahr, der Verlagsgruppe Milchstraße sowie dem Heinrich-Bauer-Verlag tätig. Schirrmann studierte Angewandte Kulturwissenschaften in Lüneburg.

BUTORS

Julia Pelzer

IM FOKUS DER KUNST



Julia Pelzer gehört zu den besten und außergewöhnlichsten Talenten der Illustration und hat sich international einen Namen gemacht. Direkt nach ihrem Kunststudium, in ihrer

Heimatstadt Hamburg, bekam sie ihren ersten Auftrag für die deutsche VOGUE. Kurz darauf folgten Arbeiten für internationale Mode- und Lifestylemagazine. Ihr Markenzeichen sind handgemalte Silhouetten, Mode bis hin zu Portraits mit Pinsel, Aquarellfarben, Tinte sowie edle Papiere – was in der heutigen digitalen Zeit einmalig ist. Ihre Arbeiten sind inspiriert von der orientalischen und asiatischen Kunst, mit der sie ihr Vater, der Professor für Ägyptologie ist, vertraut gemacht hat.

Nathalie Dunger

SCHÖN MUSS ES SEIN!



Die studierte Wirtschaftsjuristin Nathalie Dunger kennt als gebürtige Hamburgerin die Hafenstadt in all ihren Facetten. Als Geschäftsführerin und Head of Event & Communication

der seit 2015 erfolgreich agierenden Medienagentur WDI Media, mit Lage im Herzen Hamburgs, hat sie stets einen engen Kontakt zur Medienbranche und besticht durch ihre offene Art als waschechte Hamburgerin. Durch die Konzeptionierung und Betreuung zahlreicher Events, bleibt sie stets am Puls der Metropole und hält engen Kontakt zu namhaften Persönlichkeiten aus der Medien- und Wirtschaftswelt. Darüber hinaus widmet sie sich ihrer zuckersüßen Leidenschaft: Der Planung und Realisierung einzigartiger Candy Bars, nicht nur für private Anlässe und Firmenveranstaltungen, sondern auch für große mediale Events.

Ulrike Krämer

CONNECTING AND INSPIRING PEOPLE



Ulrike Krämer sieht sich stets in der Rolle des Pacemakers und der innovativen Themensetzerin. Am IN.D Germany hat sie hierfür seit 2003 den perfekten Nährboden gefunden, um mit

jungen kreativen Talenten aus Kommunikation, Management und Digital Design wichtige gesellschaftliche Prozesse voran zu treiben, oft in Zusammenarbeit mit der Industrie. Hier kommen ihr ihre nationalen und internationalen Netzwerke aus ihren Jahren in Weltagenturen mit entsprechenden Klienten zu Gute. Da sie neben der Leitung & Dozentin des IN.D Hamburg nie aufgehört hat als Consultant am Markt tätig zu sein, kombiniert sie diese Herausforderungen oft wirkungsvoll. Die Ergebnisse lassen sich sehen und sorgen für das hohe Ansehen des Instituts, für die Karrieren ihrer erfolgreichen Absolventen und last but not least für die kreative Strahlkraft der Hansestadt Hamburg.

Stefan Westendorp

STRATEGISCHER BERATER



Stefan Westendorp 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. Westendorp war 17 Jahre lang Chefredakteur von TV Movie und arbeitete davor ebenfalls in leitenden Positionen für verschiedene Zeitungen, Zeitschriften und Radiosender. Aktuell berät er DAX-Konzerne, Medienhäuser, Media- und Werbeagenturen.

DIE SCHÖNSTEN SEITEN

Aus der Sicht von Ian Kiru Karan

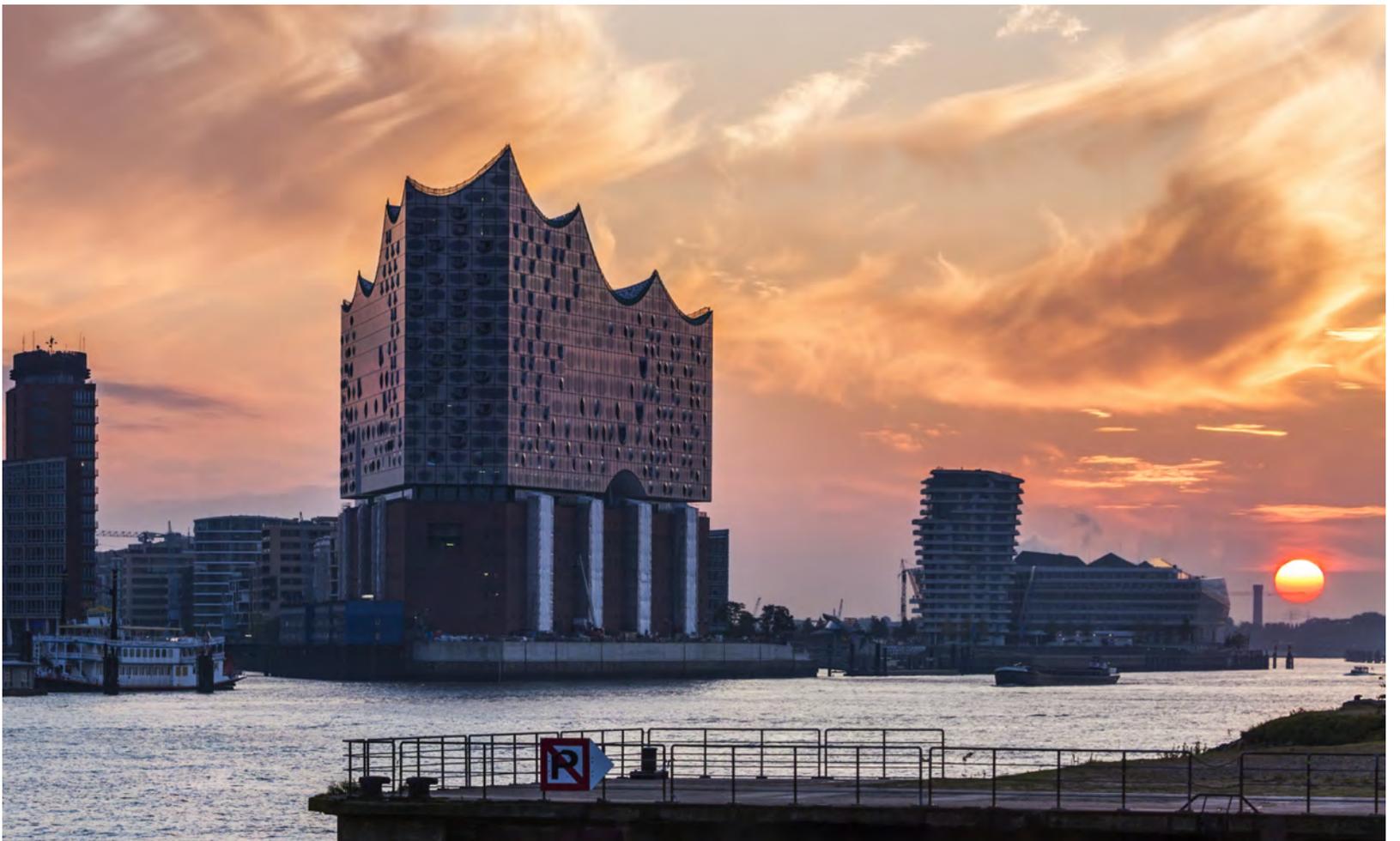
Hamburgs



DUFT DER FREIHEIT

Der Duft der Freiheit, das ist für mich der Duft des Hamburger Hafens. Der Hafen ist gewachsen und hat sich verändert, dennoch duftet es, angefangen in der historischen Speicherstadt bis hin zur Elbmündung, nach Freiheit und Seetang.

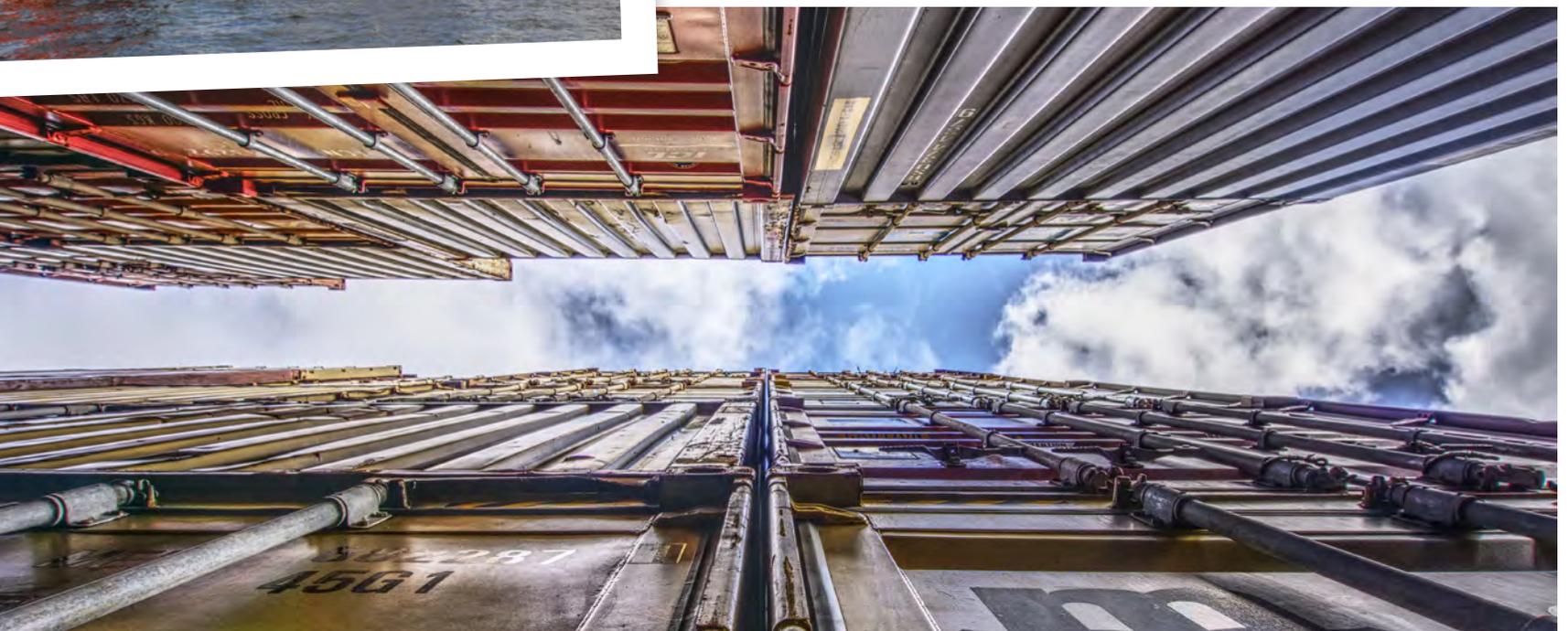
Geboren in Sri Lanka kam ich 1970 nach Hamburg und fühle mich auch inzwischen als ein waschechter Hamburger. Als Wirtschafts-senator a.D., als ehemaliges Mitglied des Aufsichtsrats der HPA und Gründer der Firma CLOU Container Leasing GmbH, deren Geschäfte meine Ehefrau Barbara führt, hat der Hafen für mich eine ganz besondere Bedeutung. Hafen ist für mich eine Art Heimatgefühl, auch wenn ich nicht jeden Tag dort bin. Aber das Erblicken der Schiffe oder der Landungsbrücken verursacht bei mir ein wohliges Gefühl.





DER HAFEN

Hamburg hat mehr Brücken als Venedig, Rotterdam und London zusammen. Der Hafen von Rotterdam ist zwar größer, hat aber keine HafenCity. Hamburg hat die perfekte Kombination, ist historisch gewachsen und liebenswerter als alle anderen großen Binnenhäfen. Unser Hafen ist mit seinen über 300 Liegeplätzen für Seeschiffe und über 35 km Kaimauer der zweitgrößte Hafen Europas. Der Herzschlag des Hafens ist der Containerhafen, welchen rund 13.000 Seeschiffe aus aller Welt jährlich anlaufen. Mit seinen vielen Terminals ist er der drittgrößte Containerhafen Europas und der vierzehntgrößte der Welt.









HAFEN GERÄUSCHE

Vom Kreuzfahrtterminal über die historische Speicherstadt und die Landungsbrücken bis hin zum modernen Containerhafen hört man das Schreien der Möwen, das Knarren der Pontons, lautstarke Unterhaltungen der Hafendarbeiter, lachende und wuselnde Touristen oder das Tuten der Schiffe.





Photo © Sergey Kelin / Shutterstock.com

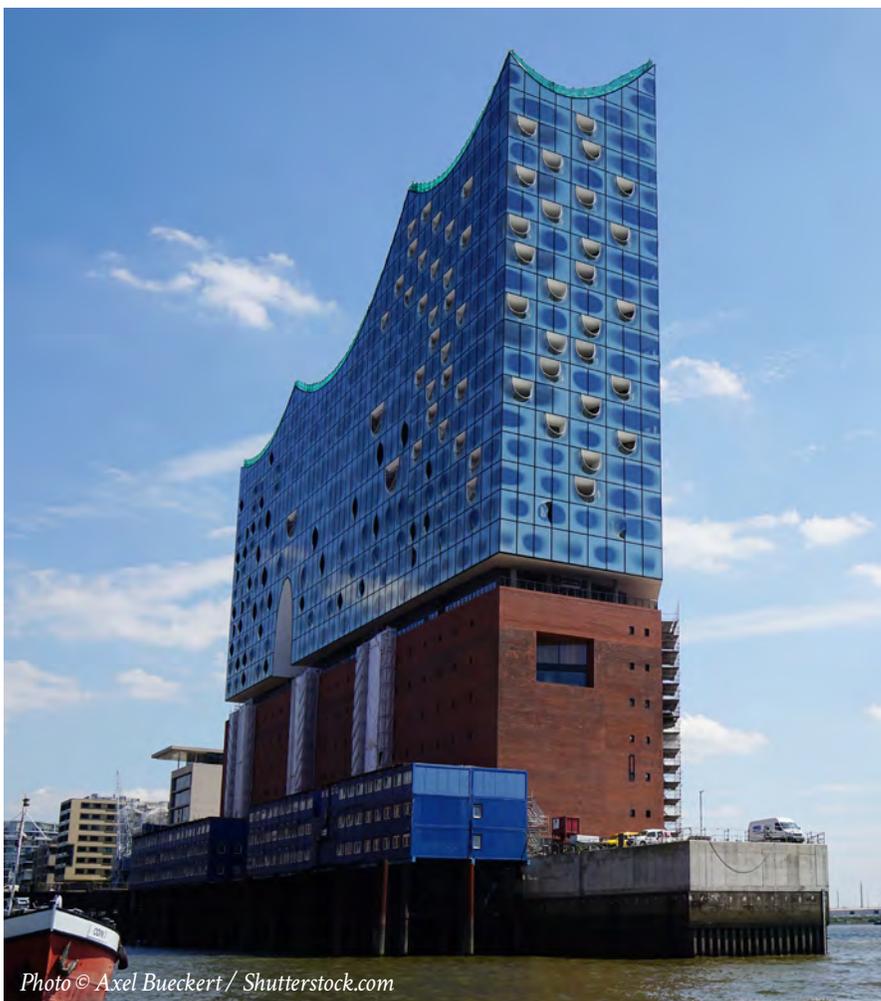
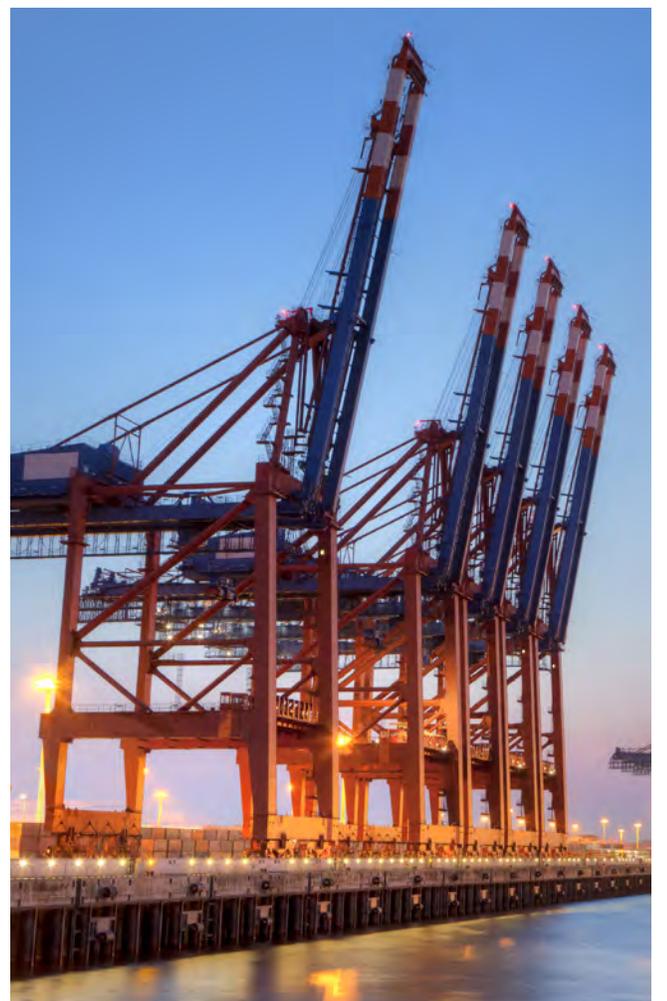


Photo © Axel Bueckert / Shutterstock.com





KULTUR IM HAFEN

Das Speicherstadtmuseum, das Deutsche Zollmuseum, der Museumshafen Oevelgönne, die Kai- und Schwimmkräne, die historischen Schiffe wie z.B. das Dampfschiff Scharhörn, die Cap San Diego und die Rickmer Rickmers, das alles macht den Hamburger Hafen mit aus.



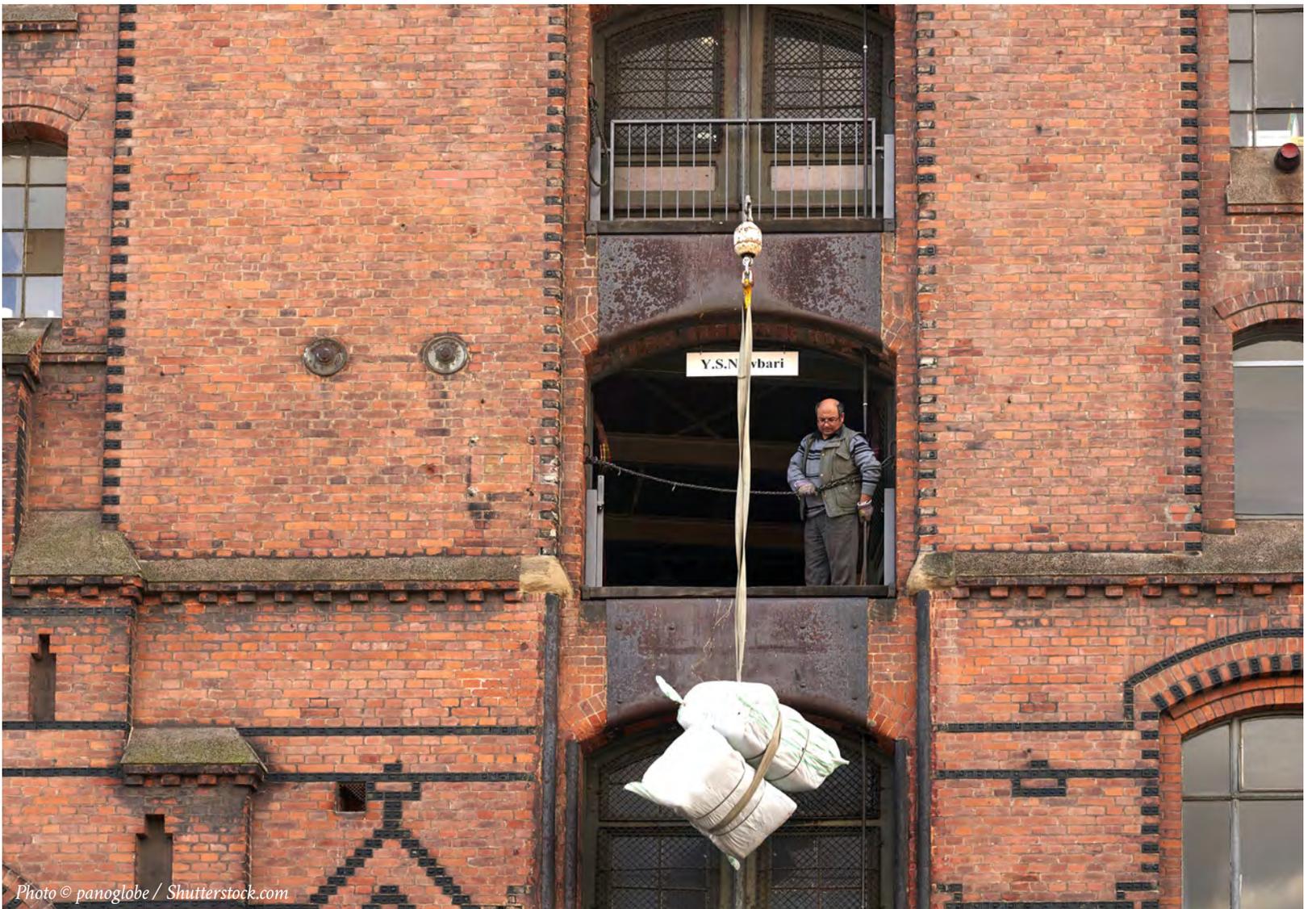


SPEICHERSTADT

Unsere Speicherstadt ist der weltgrößte historische Lagerhauskomplex. Seit 1991 steht sie unter Denkmalschutz und ist seit 2015 mit dem benachbarten Kontorhausviertel und dem Chilehaus unter dem Namen „Speicherstadt und Kontorhausviertel mit Chilehaus“ auf der Liste des UNESCO-Welterbes eingetragen.

Die Speicherstadt wurde ab 1883 südlich der Altstadt, auf den ehemaligen Elbinseln und Wohnquartieren Kehrvieler und Wandrahm, als Teilstück des Freihafens in drei Abschnitten erbaut. 1888 weihte Kaiser Wilhelm II mit den Worten „Zur Ehre Gottes“ den ersten Abschnitt der Speicherstadt ein.





TOM JACOBI

MEIN LEBEN

IN BILDERN

Ehemaliger Artdirector des „stern“ und Fotograf mit Herz und Verstand, das beschreibt den deutschen Vollblut-Künstler Tom Jacobi.

Vom Beginn der Faszination, seinem Werdegang und seinen Reisen erzählt er auf den folgenden Seiten.





„Laundry“, Los Angeles, USA



*Für das Projekt „Wo Gott Wohnt“ fotografierte
Tom Jacobi weltweit heilige Stätten der Menschheit.*

Ich wurde 1956 in Bonn geboren. Meine erste Kamera wurde mir im Alter von fünfzehn Jahren geschenkt. Ich hatte sie mir nicht gewünscht, bin aber Steinbock und praktisch veranlagt. Also begann ich, zu fotografieren.

Meine Anfängerfotos waren die üblichen: Die Katze auf dem Sofa, die Schwester im Garten und viel zu viele Sonnenuntergänge. Als ich siebzehn war, lernte ich jemanden von einer Bild-Agentur kennen und zeigte ihr meine Fotos. Einige wurden in ihr Archiv aufgenommen. Ein paar Monate später wurde mein erstes Foto veröffentlicht. Ich werde es nie vergessen: Ein japanischer Kendo-Lehrer beim zelebrieren seiner Kunst.

Aber noch unvergesslicher: Das wohlige Gefühl, das selbst gemachte Foto gedruckt zu sehen und das Papier zu fühlen. Heute lebe ich ein sehr digitales Leben, aber es gibt nach wie vor nichts Schöneres, als eine Seite mit dem eigenen Bild aufzublättern.

Während ich noch das Gymnasium und anschließend die Universität besuchte, fotografierte ich so viel wie möglich und besserte so mein Taschengeld auf.

Ich studierte Jura. Kein Grund zur Beunruhigung, denn ich tat es nur, um meinen Vater ruhig zu stellen, dem eine Romanze von mir zu der Zeit gar nicht gefiel und der mich gern ins Ausland geschickt hätte. Nach drei Semestern waren die Romanze und somit auch das Studium beendet.

Ich war damals mit Axel Springer jr. befreundet, dem die Fotoagentur „Sven Simon“ in Bonn gehörte. Um mich abzulenken, fragte ich ihn im Oktober 1976 nach einem Job als Fotograf und er gab mir einen. Jahre später erfuhr ich, dass er sowieso damit rechnete, dass ich nach kurzer Zeit hinschmeißen würde.

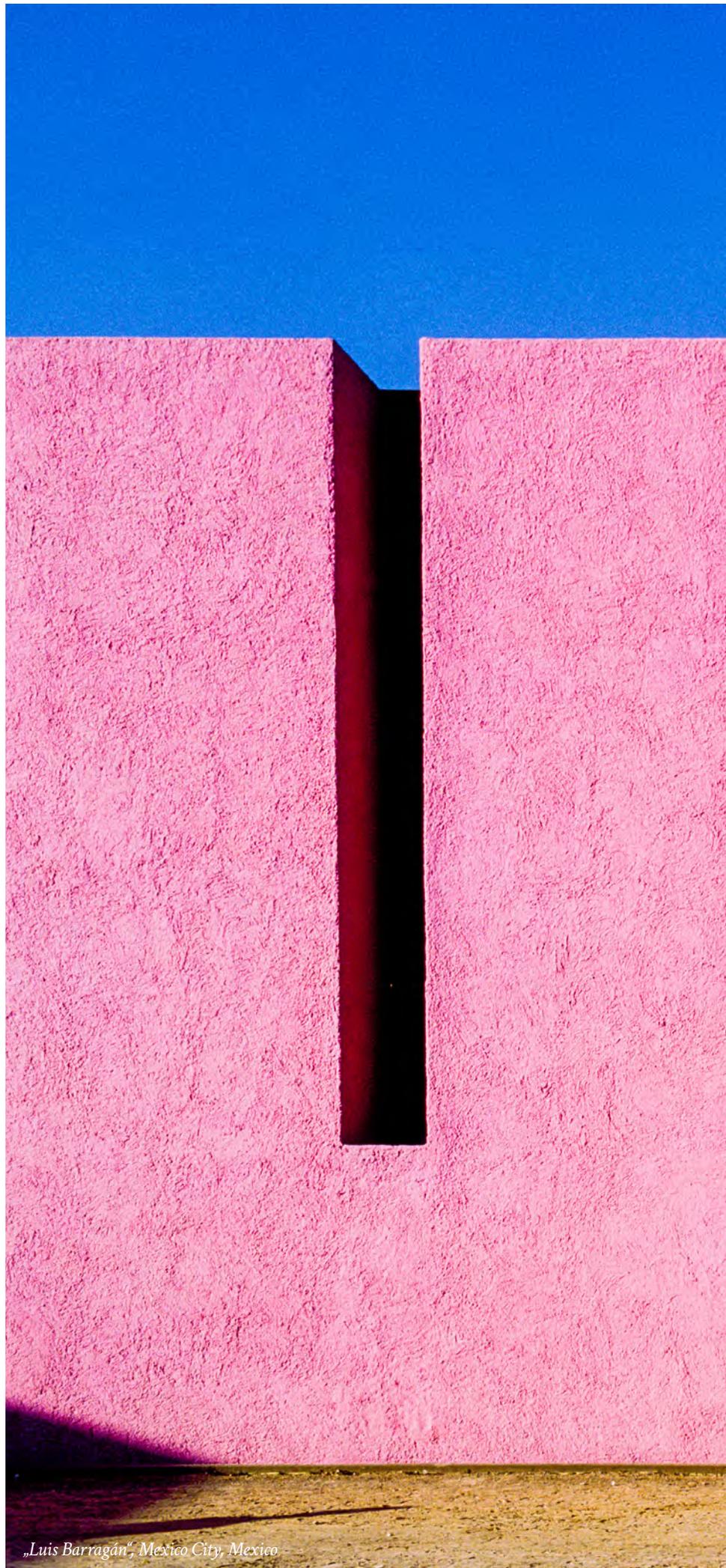
Ich arbeitete wie verrückt, es gab eh nichts anderes zu tun in Bonn. Meine Arbeit bestand darin, die großen Politiker der damaligen Zeit wie Ludwig Erhardt, Walter Scheel, Helmut Schmidt und Helmut Kohl möglichst nah zu begleiten und zu porträtieren. Aber der Bonner Betrieb wurde nach einem Jahr langweilig und ich war so weit, endlich für ein Studium in die USA zu gehen.

Im Spätsommer 1977 klingelte plötzlich das Telefon. Am anderen Ende war eine grummelige Stimme. Sie gehörte Rolf Gillhausen, dem legendären „Oberauge“ des „stern“ und kongenialen Partner von Henri Nannen.

Ihm waren meine Fotos aufgefallen und er wollte mich als Fotograf zum „stern“ holen. Es waren die spannenden 70er Jahre und der „stern“ schien der Olymp der Fotografie. Es gab nichts Besseres. Im Haifischbecken der Staff-Photographers schwammen damals so kapitale Exemplare wie Bob Lebeck, Thomas Höpker, Max Scheler und viele andere.

Übermütig sagte ich, damals 21jährig, „Ja“. Bye bye USA, Platz da Bob Lebeck & Co, jetzt komme ich. Der Anfang war schwer, denn „Platz machen“ war keine Eigenschaft der Kollegen. Eigentlich wollte ich drei Jahre bleiben, es wurden neun.

Ich habe in den neun Jahren beim „stern“ alles gemacht und alles erlebt. Ich fotografierte rund um den Globus große Reportagen und wurde 1980 im Iran als Spion an die Wand gestellt. Ich wechselte dann in das Genre der inszenierten Fotografie wie Design und Mode, fotografierte viele Titelbilder (16 Stück in einem Jahr war mein Rekord) und Celebrities. Ich flirtete mit Claudia Schiffer, um ein besseres Cover zu kriegen (umsonst), Heidi Klum sollte später sagen, so lange ich Artdirector beim „stern“ sei, würde sie nie wieder mit dem Magazin arbeiten.



„Luis Barragán“, Mexico City, Mexico

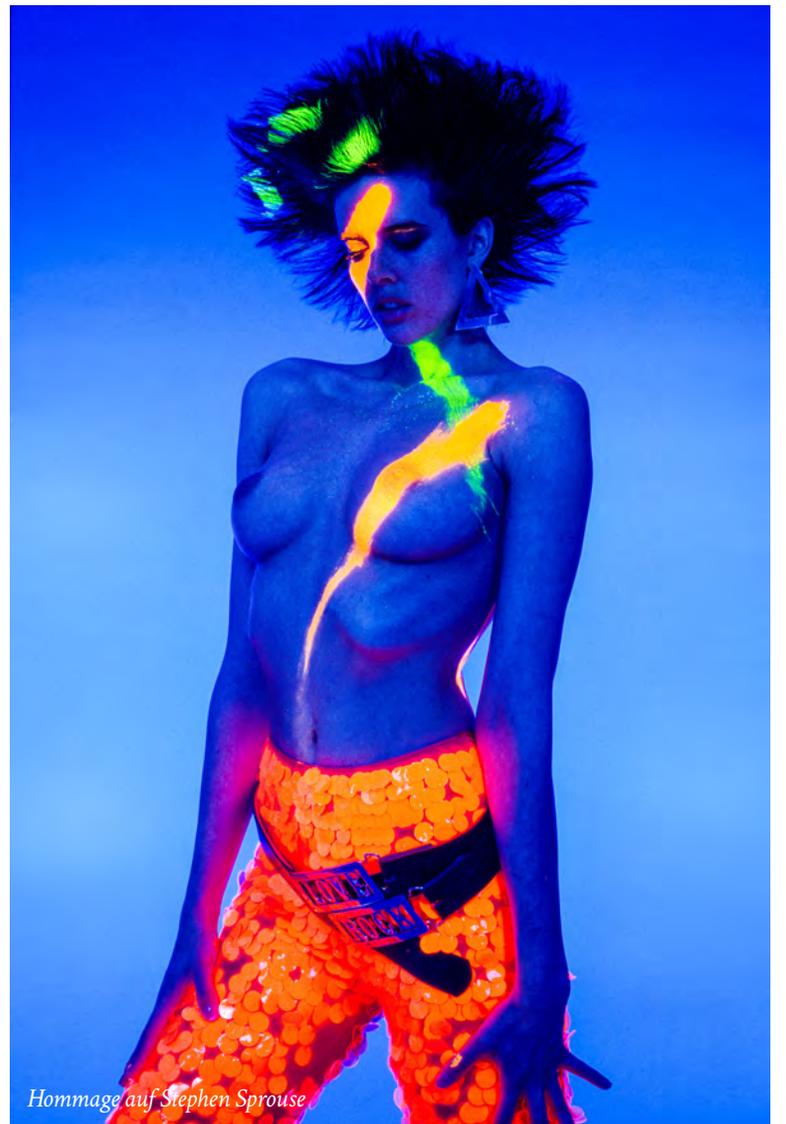




„Pegasus“, Los Angeles, USA



Ibiza, Spanien



Hommage auf Stephen Sprouse





„Wo Gott wohnt“, Papua Neuguinea



Es waren neun wundervolle, anstrengende und aufregende Jahre. Ich habe die ganze Welt bereist und kam nur nach Hause, um meine Wäsche zu waschen und ein neues Thema einzusammeln. Soziales Leben: Null. Abenteuer: 1000%.

1986 verließ ich den „stern“ und etablierte mich als freier Fotograf in den Bereichen internationales Editorial, Werbung und Mode. Damals wurde die Arbeit noch exzellent bezahlt und doch passierte etwas Merkwürdiges. Mein Bankkonto wuchs mit der „Auftrags-Fotografie“, aber die Leidenschaft, Bilder zu machen, wurde immer kleiner und starb langsam.

Und so begann ich, parallel zu meiner kommerziellen Arbeit, mein erstes großes, eigenes Projekt zu realisieren: „Wo Gott Wohnt“. Über drei Jahre fotografierte ich weltweit heilige Stätten der Menschheit. Die Ausstellung und das dazu gehörige Buch erschienen im Jahr 2000. Es war das erste und einzige Buch von Vater & Sohn.

Im selben Jahr traf ich mich mit den neu installierten „stern“ Chefredakteuren Osterkorn & Petzold, um die Erstabdruck-

rechte für „Wo Gott Wohnt“ zu verhandeln. Wir mochten uns. Eins kam zum anderen und sie boten mir den Posten des „stern“-Artdirectors an. Ich akzeptierte mit pochendem Herzen. Die Möglichkeit zu scheitern war grösser, als es hinzubekommen. Es wurden acht tolle, erfolgreiche Jahre.

Für die Buchreihe „stern Fotografie“ arbeitete ich mit den berühmtesten Fotografen der Welt und entwickelte das neue Magazin „View“, das 2005 auf den Markt kam und dessen erster Chefredakteur ich wurde. Im Jahre 2008 verließ ich dann den „stern“ und machte wieder etwas Verrücktes: Ich wurde Marketing-Vorstand bei der „Engel & Völkers AG“. Inhaltlich hochinteressant, aber emotional nicht meine Heimat.

2011 nahm ich mir eine Auszeit und sah mir verschiedene digitale Geschäftsmodelle an, um am Ende für mich zu realisieren: Man kriegt einen Fotografen hinter der Kamera weg, aber die Kamera nie aus seinem Kopf.

Seit 2014 fotografiere ich nun nur noch meine eigenen fotografischen Kunstprojekte.



Photo © Christian Rating

TOM JACOBI GREY MATTER(S)

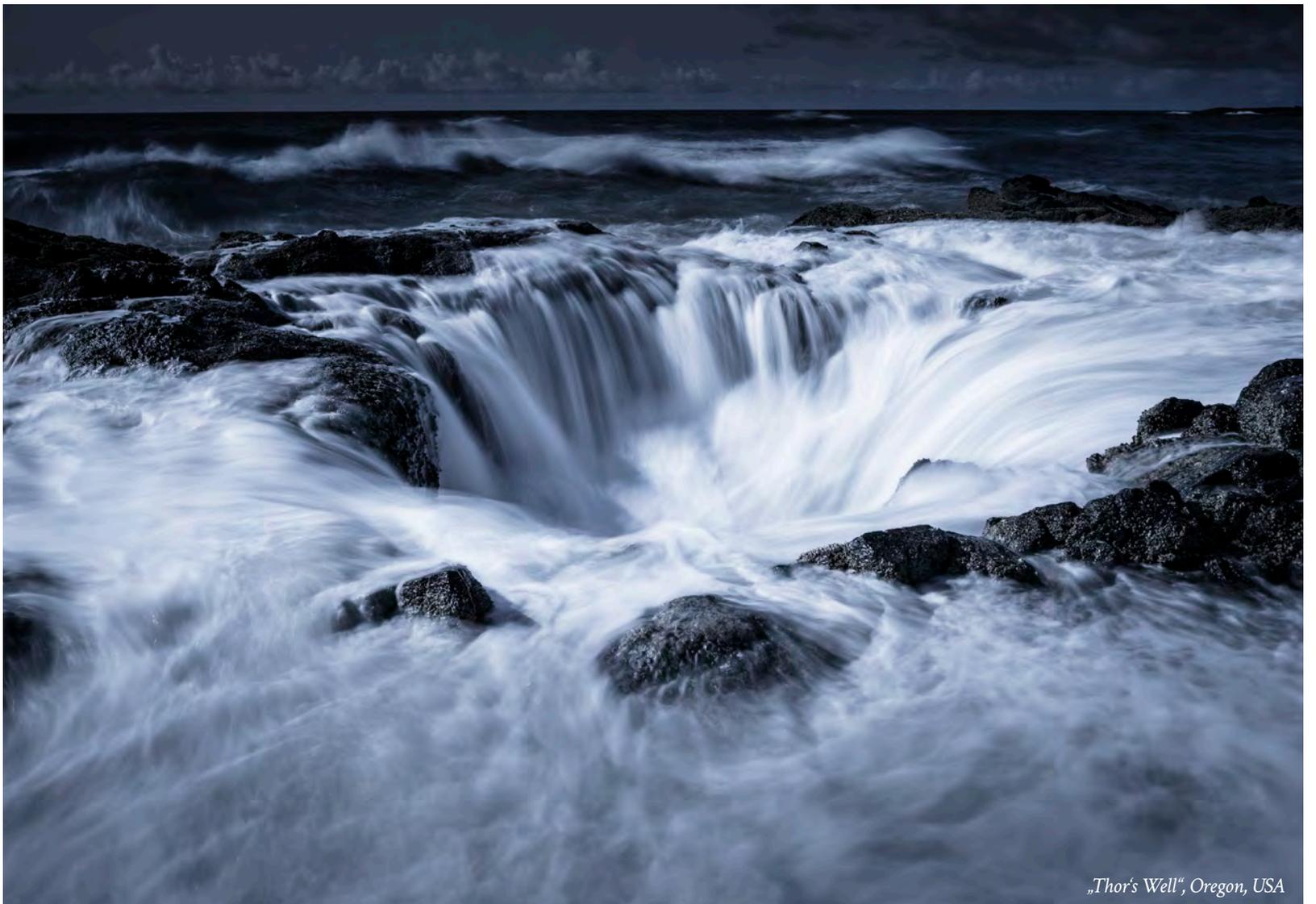
Farben sind nur reflektiertes Licht, zusammengesetzt in unserem Gehirn, im Englischen auch »Grey Matter« genannt. Zwei Jahre lang fotografierte Tom Jacobi weltweit archaische Landschaften. Er fand mystische Orte, die über Jahrtausende von der Natur geschaffen wurden und dennoch zeitlos sind. Fotografiert in der Welt des Zwilichts entfalten sie ihre unvergängliche Kraft.



„Peaceful Mind“, Island



„King of Wings“, New Mexico, USA



„Thor's Well“, Oregon, USA



„The Wave“, Australien



„All Year Round“, Neuseeland







LIEBE GEHT UNTER DIE HAUT

Es gibt kaum einen größeren Liebesbeweis, als eine Tätowierung. Und es gibt ganz viele Tätowierungen, die diese Liebe zu Hamburg beweisen.

Für Hamburger hat Hamburg fast alles. Unzählige Kanäle und Brücken mit vielen Erholungsangeboten, Grünanlagen bis hin zum größten innerstädtischen Moor Europas, dem Naturschutzgebiet Eppendorfer Moor. Es gibt den Dom, den Hafengeburtstag, den gepflegten Jungfernstieg und den Neuen Wall mit vielen Luxusgeschäften, die ultramoderne Hafencity, Kunst und Geschichte in Form von Ausstellungen und Museen – die Liste ist lang.

Und es gibt das pulsierende, berühmte St. Pauli und die Reeperbahn. Von hier gingen sehr viele Liebesbeweise überall in die Welt, gestochen auf die Haut.



Christian Warlich

Hamburg hat zwei der für die Tätowierkunst bedeutendsten Künstler fast zeitgleich gehabt – Karl Finke (1866-1935) und Christian Warlich (1891-1964).

Der Hamburger Kunsthistoriker Ole Wittmann hat in seinen umfangreichen Recherchen über beide Künstler geforscht, ein Buch über Karl Finke herausgebracht und momentan läuft sein aktuelles Forschungsprojekt „Nachlass Warlich“.

Es ist auch Christian Warlich gewesen, der der Tätowierkunst das erste Mal Seriosität verliehen hat. Er war der erste gewerbliche Tätowierer, und der Erste, der mit einer elektrischen Tätowiermaschine gearbeitet hat. Seine Werke waren stets von höchster Qualität, er achtete auf Hautgegebenheiten bei den jeweiligen Kunden, nahm den natürlichen Hautalterungsprozess in Betracht und betrieb Nachsorge und -pflege. Er legte Wert auf ein gepflegtes Äußeres und war stets mit Hemd, Schlips und Weste unterwegs. Er war auch der Meinung, dass ein seriöser Tätowierer niemals das Gesicht stechen würde, daher grenzte er auch seine Werke unterhalb des Halses und oberhalb der Handgelenke ab.



Kunsthistoriker Ole Wittmann



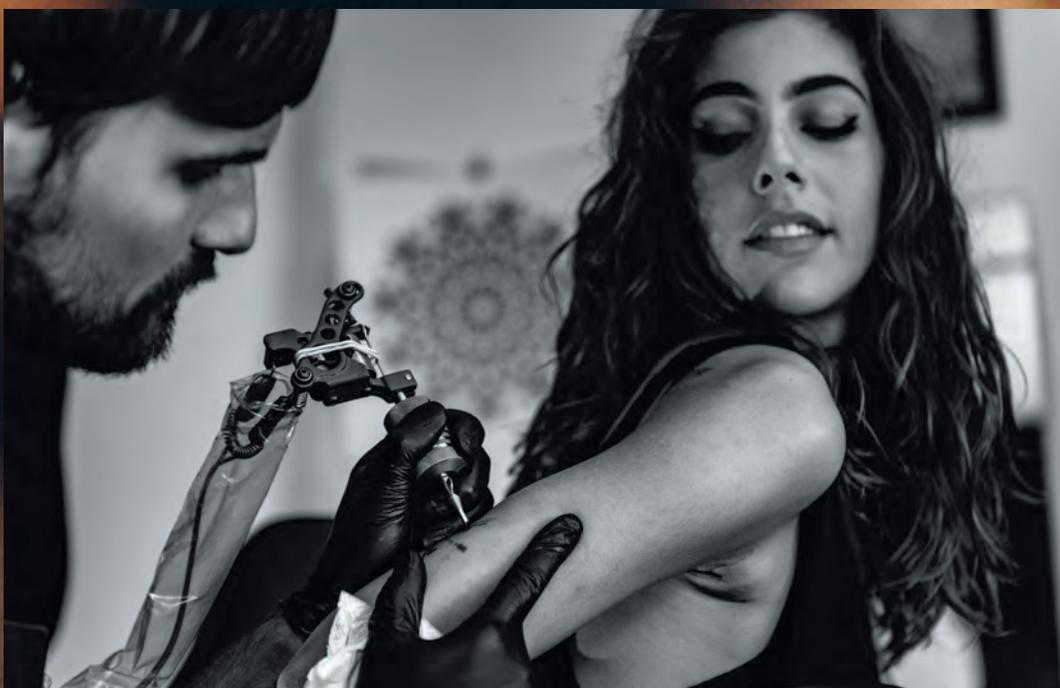


WAREN ES DENN MEISTENS DIE SEEMÄNNER DIE SICH HABEN TÄTOWIEREN LASSEN?

Ole Wittmann: „Also Grundsätzlich waren ja Seemänner nur ein kleiner Teil der Leute, die Tätowierungen bekommen haben. Viele Andere auch, aber es war schon immer in allen Gesellschaftsschichten und Berufen verbreitet. Bei den Seeleuten kam natürlich die Besonderheit dazu, dass sie durch die ganze Welt gereist sind. Und da war es dann eben so, dass in den Hafenzentren oft Tattoostudios waren und die Seeleute sich dann eine Art Souvenir von den jeweiligen Ort geholt haben.“

Christian Warlich hatte seine Motive in einem Vorlagenbuch zusammengefasst. Ole Wittmann holt das Vorlagenbuch aus einem Karton, eingebettet in Seidenpapier. Mit Handschuhen blättert er vorsichtig die Seiten, die eigentlich eine lose Blattsammlung sind und mit Textilkleberband als Buch zusammengefasst wurden.

Nach der Legende durfte nur der Meister selbst die Seiten blättern. Wenn man das Buch genauer betrachtet, sieht man, dass die Seiten immer an den gleichen Stellen angefasst worden sind, das Papier ist etwas abgenutzt und von unzähligen Fingerabdrücken dunkler verfärbt. Trotz des Alters und des häufigen Blätterns, sind die Farben kraftvoll, die Bilder scharf. Es gibt natürlich Motive von Frauen, aber weniger nackte Haut als erwartet. Eher exotische Frauen in Hula-Röckchen unter Palmen, Geishas und zeitgenössische Frauenbilder. Typische Seemanns-Symbole, Glücksbringer und kraftvolle Tierbilder aus Übersee. Und eben auch viele Motive von Hamburg und St. Pauli. Man könnte sogar behaupten, dass Warlichs Vorlagenbuch das Tor war, durch das die Liebe und die Leidenschaft für Hamburg überall in die Welt hinausgetragen wurde.





I WANT

YOU TO

BUY

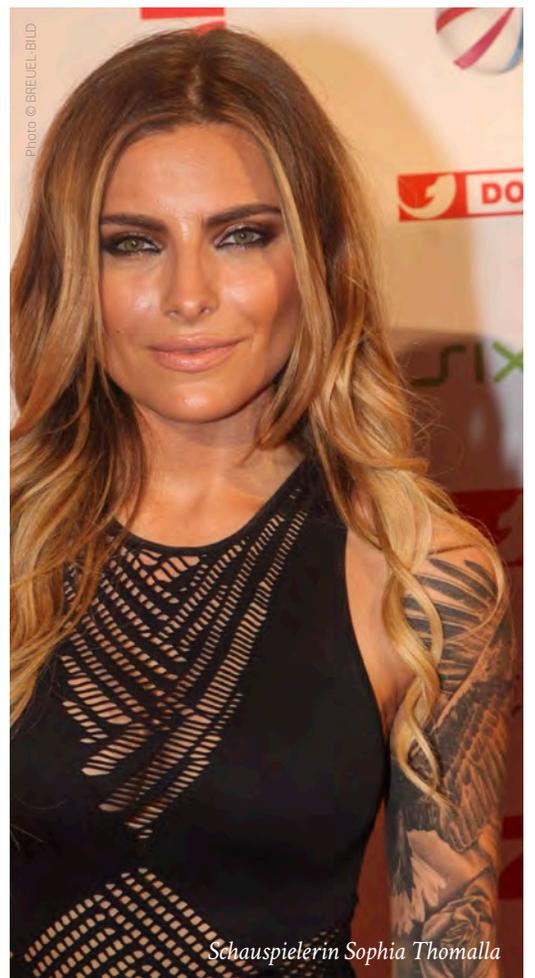
YOU MENTAR



Ex-Fussballstar und Werbeikone David Beckham



Model Mirja du Mont



Schauspielerin Sophia Thomalla



Musiker Jan Delay



Jan Delay und Udo Lindenberg

TATTOOS SIND BELIEBTER DENN JE

Wenn man verliebt ist, glaubt und hofft man, dass es für immer ist.

Die Tätowierkunst erlebt seit einiger Zeit einen großen Hype. Es werden Kunstwerke in unterschiedlichen Stilen und mit unterschiedlichsten Motiven auf die Haut gestochen. Sei es die eigene Mutter, die große Liebe, die Kinder, der Lieblingskünstler oder gar das Haustier. Es gibt in Hamburg eine große Auswahl an talentierten, professionellen Tattoo-Künstlern und -Studios. Gesellschaftsfähig sind sie geworden oder waren es schon immer. Die Popkultur, die Musiker, Schauspieler und Topmodels haben die Tätowierungen sexy gemacht. Bettina Wulff hat sie sogar ins Schloss Bellevue gebracht.

Ole Wittmann: „Es gab schon immer Zeiten und Orte, an denen Tätowierungen gesellschaftsfähig waren. Zum Beispiel um 1900 war es in der feinen Gesellschaft New Yorks der letzte Schrei, sich tätowieren zu lassen. Der europäische Hochadel war Ende des 19. Jahrhunderts auch tätowiert.“

Seine Liebe und Leidenschaft zum Ausdruck zu bringen kennt keine Grenzen, keinen Ort, keine Zeit – sie geht einfach unter die Haut.

**I'VE GOT A BLANK SPACE, BABY,
AND I'LL WRITE YOUR NAME**

TAYLOR SWIFT

Stefan Eckert

Ein Designer mit
markanten
Dreadlocks
legt neue
Modetrends fest.



Stefan Eckert startete seine Modekarriere in seiner Geburtsstadt Nürnberg. Hier widmete er sich hingebungsvoll dem Erlernen der hohen Schneiderkunst, die fortan seine Arbeit prägte. Der Designer absolvierte das Studium an der Hamburger AMD, arbeitete für Alexander McQueen in London und besuchte den Meisterlehrgang am renommierten Central Saint Martins College. Im März 2009 gründete Stefan Eckert sein gleichnamiges Modelabel mit Sitz in Hamburg. Seiner Überzeugung und Leidenschaft folgend - für höchste Qualität in Material, Verarbeitung und perfekter Passform - konzipierte der Lederspezialist mit seinem Unternehmen einen zeitgenössischen Mix aus Ready-to-wear und anspruchsvollster Maßschneiderei.

Was hat sie veranlasst, den gold-pastelligen Modesalon am feinen Mittelweg zu verlassen und in einen kühlen Shop mit Industrie-Charme am Überseeboulevard zu ziehen?

STEFAN ECKERT Die Hamburger Hafencity hat sich über die letzten Jahre zu einem sehr spannenden Ort entwickelt, der in vielen Bereichen für Innovation steht. Das Quartier hat eine gute Energie und zieht sowohl kreative Gewerbetreibende als auch Menschen aus aller Welt an, die jetzt natürlich primär nach Hamburg kommen, um die Elbphilharmonie zu besuchen. Davon profitiert die ganze Hafencity und es ist wirklich erstaunlich, wie populär das Bauprojekt auf internationaler Ebene ist. Für die Hamburger ist es wohl nach wie vor eher eine Liebe auf den zweiten Blick, aber auch hier vollzieht sich gerade ein durchaus positiver Wandel. Ich habe auch meine Zeit im Mittelweg genossen, vor allem die schöne Umgebung und die Nähe zur Alster. Aus kreativer Sicht ist es natürlich immer antreibend an einem Platz zu arbeiten, der im Aufbruch und in Bewegung ist. Dafür ist die Hafencity für mich im Moment der attraktivste Platz in Hamburg.

Würden sie sagen, dass Ihr Erfolg etwas mit der Hansestadt Hamburg zu tun hat oder könnten Sie sich Ihr Geschäft auch woanders vorstellen?

STEFAN ECKERT Ich glaube, dass mein Konzept und meine Haltung zu Qualität, Service und Nachhaltigkeit sehr gut zu Hamburg passen. Die Wertigkeit meiner Arbeit wird hier sehr geschätzt und ich erreiche die Menschen mit meiner Vorstellung von Produkten, deren Haltbarkeit für eine komplette Lebenszeit bestimmt ist. Auch auf menschlicher Ebene habe ich mich in Hamburg sofort zuhause gefühlt, als ich vor ca. 20 Jahren zugezogen bin. Hamburg ist gleichzeitig eine sehr weltoffene und traditionsbewusste Stadt, was ich als einen sehr charmanten Mix empfinde. Diese Attituden sind für mich vergleichbar mit Paris, wo ich mittelfristig auf jeden Fall auch einen Standort sehe.



Sie machen Mode für „sexy, schöne Frauen mit einem guten Hüftschwung“. Sie sind für hochwertige Frauenmode, Lederjacken, Taschen bekannt. Wer ist ihr Kundenklientel?

STEFAN ECKERT Prinzipiell kann man, glaube ich, sagen, dass mein Klientel eine gewisse Leidenschaft und ein Bewusstsein für hochwertige Produkte vereint.

Ich fertige Teile für Menschen an, von denen ich weiß, dass sie dafür lange gespart haben. Das ehrt mich sehr und drückt ihre Wertschätzung für meine Arbeit aus. Genauso habe ich natürlich Kundschaft, für die der finanzielle Aspekt eine untergeordnete Rolle spielt. Aber auch hier ist es schön zu wissen, dass Menschen, die auf der ganzen Welt unterwegs sind, sich Ihre Lederhose bei mir anfertigen lassen. Alles hat seine eigene Energie und ich genieße es sehr, mit vielen unterschiedlichen Menschen zusammen zukommen und zu arbeiten.

Warum fasziniert sie Leder so sehr? Gibt es noch andere Materialien, mit denen sie gern arbeiten?

STEFAN ECKERT Für mich spielt Nachhaltigkeit beruflich und privat eine sehr große Rolle und von daher ist Leder für

mich das grundlegend attraktivste Material. Das Rohmaterial ist letztlich ein Abfallprodukt der Lebensmittelindustrie und die Weiterverarbeitung ein Upcycling im besten Sinne. Die Produktion und Gerbung erfolgt zunehmend auf biologischer Basis und abhängig von der Verarbeitung entstehen lebenslang haltbare Produkte. Den Einsatz von Leder, das von Tieren stammt, die vorwiegend oder exklusiv für die Gewinnung ihrer Haut gezüchtet werden, lehne ich aus tiefster Überzeugung ab. Daher sind alle von meinem Atelier verwendeten Lederarten grundsätzlich kleinstanteilige Nebenprodukte aus den Lebensmittelindustrien der jeweiligen Ursprungsländer. Zu wahrer Nachhaltigkeit gehört für mich aber auch der verantwortungsbewusste Umgang mit menschlichen Ressourcen. Deshalb produziere ich ausschließlich in Deutschland.

Darüber hinaus hat Leder für mich einen sehr philosophischen Wert, da es erst mit der Zeit an Schönheit gewinnt und seine wahre Wirkung erst über die Gewinnung einer gewissen Patina entfaltet. Gerade in unserer heutigen, nach Perfektion strebenden Gesellschaft, finde ich den Ansatz von individueller Schönheit, die durch zugelassene Alterung entsteht, sehr erstrebenswert.



Wie können sie sich gegenüber bekannten Designern, großen Marken und erfolgreichen Herstellern behaupten?

STEFAN ECKERT Mein Konzept basiert vor allem darauf, dass ich mich als Manufaktur verstehe und auf die Bedürfnisse meiner Kundschaft individuell eingehen kann. Dies ist vor allem bei der Erstellung der perfekten Passform sehr wichtig. Prinzipiell biete ich meine Kollektion auch als Ready-to-wear an, doch in der Praxis fertigen wir bestimmt über 95% der Teile als Maßanfertigungen an. Der Service kostet nur einen fast symbolischen Aufpreis von 200 Euro und ist bewusst kostengünstig gehalten. Ich möchte die Menschen damit motivieren, das Erlebnis eines maßangefertigten Lederteils zu erfahren. Meine Preise sind denen der großen Modehäuser relativ gleich, doch liegt mein Service in einer anderen Sphäre, als ihn Konzerne anbieten könnten. Viele namhafte Hersteller versuchen sich zwar mit einer Made-to-measure Sparte zu schmücken, doch handelt es sich dabei fast immer lediglich um eine Anpassung ihrer Konfektionsware. Die Unterscheidung in diesem Bereich ist für mich natürlich Vor- und Nachteil zugleich, weil sie mein Wachstumspotential beschränkt. Es ist sehr anspruchsvoll, ein Team für einen Standort aufzubauen, das auf so einem hohen Niveau, von der Schnitterstellung bis zum fertigen Produkt, eine perfekte Leistung abliefern kann. Sicherlich wäre es wirtschaftlich attraktiver, vorgefertigte Größen anzubieten, doch würde es mir persönlich, glaube ich, das Herz brechen, wenn ich eine Jacke von mir sehen würde, die ihrem/ihrer Träger/in nicht perfekt passt. Ich denke, jeder muss da seinen für sich verträglichen Weg gehen und meiner ist eben der des Couturier.



„Meine Kollektion gibt es als Maßanfertigung und Ready-to-wear.“

Haben sie vor noch weitere Läden in Hamburg oder Umgebung zu eröffnen?

STEFAN ECKERT Die Idee von mehreren Standorten in der gleichen Stadt finde ich relativ unsexy. Mein Ziel ist es ja schließlich nicht, Filialist zu werden. Für Menschen, denen es nicht möglich ist, uns im Atelier zu besuchen, biete ich seit Kurzem auch einen bundesweiten Home-Service mit einer meiner Schnittmacherinnen an.

Was sind ihre Ziele und Träume für die Zukunft?

STEFAN ECKERT Ich plane in den nächsten Jahren weitere Standorte zu eröffnen und gehe dafür zunächst mit einem Pop-up Konzept auf Tour. Wir haben dort mit einem mobilen Atelier das gleiche Konzept wie in Hamburg abgebildet. Für 2018 sind bereits weitere Städte geplant.



ONLINE www.stefaneckertdesign.com



... einfach nur **Sue**

*TV Journalistin, PR-Chefin,
Mode-Unternehmerin, Boutique-
Besitzerin, Bloggerin und
3-fache Mutter.
Kurz: Sue.*

Sue Giers hat, nach einer frühen Karriere als Fernsehjournalistin, über zehn Jahre als PR-Chefin bei Closed gearbeitet und dabei den Aufstieg des Labels in die internationale Spielklasse begleitet. Aktuell verantwortet sie den Einkauf der Boutique Linette in Hamburg Eppendorf. Seit einem Jahr ist ihr eigenes Modelabel SoSUE das neueste Baby der dreifachen Mutter. Opium traf die 47-Jährige zum Interview und wollte wissen, wie viele Stunden der Tag haben muss.

Es gibt ja einige Karrierefrauen, die arbeiten ihre neun, zehn Stunden, machen dann ihren Laptop zu und haben Feierabend. Aber bei dir scheint der Tag dann erst zu beginnen. Wo bleibst du? Wie schaffst du einen Ausgleich für dich?

SUE Das schaffe ich eigentlich wunderbar. Ich brauche nicht wahnsinnig viel Zeit für mich, aber ich nehme mir auf jeden fall morgens eine Stunde, um einmal um die Alster zu laufen. Da kann ich verarbeiten, da kann ich nachdenken, da komme ich runter. Diese Stunde für mich ist ganz wichtig, da tanke ich Sauerstoff und Energie. Das bringt mich immer gut durch den Tag. Klar, wenn ich auf Reisen bin, ist es danach immer erstmal etwas ruckelig, dann holen sich gerade die Kleinen die verlorene Zeit zurück und wollen in Mamis Bett schlafen.

Gibt es Rituale mit den Kids? Kocht ihr gemeinsam, backt ihr oder geht ihr Kastanien sammeln?

SUE In Hamburg muss man ja wegen des Wetters immer ein bisschen gucken und sehen, was möglich ist. Zum Beispiel waren wir im letzten Herbst im Alten Land zur Apfelernte, das

war wunderschön. Und ich schlepe die Kinder auch mal - unter großem Protest - in eine Ausstellung. Das kostet mich erst einmal Kraft und Überzeugungsarbeit. Aber wenn wir dann einmal da sind, kommt die Belohnung spätestens, wenn sie vor den Bildern stehen und ihnen lustige Sachen dazu einfallen. Das ist total inspirierend. Und dann verbinden wir so etwas auch gern mit unseren Ritualen: bei „Joe&The Juice“ ein Avocado-Toast- Sandwich essen gehen oder sonntagabends mal ins Block House oder zu Mama.

Die Balance zwischen Arbeit und Familie ist heutzutage schon ein Thema, dass viele Leute bewegt. Wie sieht so ein Tag bei dir aus?

SUE Bei mir ist gar kein Tag wie der andere, weil ich immer flexibel sein muss und der Blog täglich neue, aktuelle Geschichten verlangt. Und natürlich hat sich jetzt auch mit der Trennung von meinem Mann mein Arbeitsablauf und Tag verändert. Als ich bei Closed war, hatte ich einen ganz geregelten Tag: Vormittags in der Firma, nachmittags bei Linette, zwischendurch einkaufen und abends die Kinder. Auf der anderen Seite habe ich jetzt auch mal Zeit für mich, wenn die Kinder bei ihrem Vater sind, mindestens alle 14 Tage. Dann gibt es plötzlich viel größere Zeitoasen für mich und ich kann liegengebliebene Dinge aufholen. Das kann man auch ruhig mal sagen.

„Online ist für mich, wie in ein neues Land ziehen, ein neues Feld ohne Grenzen.“

Trennst du Linette und Blog strikt? Oder geht das ineinander über?

SUE Es gibt Schnittstellen, aber grundsätzlich sind das zwei getrennte Themen. Linette ist eine sehr erfolgreiche, hochwertige Institution, gegründet von meiner Schwiegermutter, und ich versuche, Linette in ihrem Sinne weiterzuführen. Hier bin ich dankbar dafür, einfach nur lernen zu dürfen. Der stationäre Handel ist etwas komplett anderes als das Online-Geschäft. Online ist für mich, wie in ein neues Land ziehen, ein neues Feld ohne Grenzen, höchstens Preis-Grenzen. Und ich lerne tagtäglich, was online funktioniert, welche Geschichten funktionieren, wie lang sie sein dürfen. Der stationäre Handel funktioniert ganz anders. Der funktioniert über die Haptik, das Gefühl, über den persönlichen Kontakt, über den Austausch, die persönliche Nähe. Online muss man erst einmal Vertrauen aufbauen. Das ist wesentlich komplexer und unterliegt ganz anderen Gesetzmäßigkeiten. Es befruchtet sich sicherlich teilweise auch gegenseitig, aber es ist gut, beides zu trennen. Der Blog SoSue war von Anfang bis Ende auch mein eigenes Baby, während ich bei Linette auf eine vorhandene Struktur zurückgreife und damit auch arbeiten und umgehen muss. Wenn ich heute einen Laden machen würde, würde ich den sicherlich so nicht machen. Aber vom Personal bis Interior war eben alles schon da.



Wie schafft man es als kleine Boutique besonders zu sein? Werde ich skurriler, abgehobener oder konzentriere ich mich auf hohe Preislagen, um gegen den Wettbewerb anzukommen?

SUE Ich glaube, es ist weniger der Preis. Es gab schon immer obere Preislagen bei Linette, aber es gab auch immer etwas für jeden Geldbeutel. Ich denke, man kann sich heutzutage auch als kleiner Concept Store nur unterscheiden durch den persönlichen Kontakt. Es ist die persönliche Beratung und der Service, den man spürt, wenn man in den Laden kommt. Auf großen Flächen hast du gar keinen Service. Die meisten Kundinnen sind heutzutage durch das Internet gut informiert und wissen, was Trend ist. Trotzdem wissen viele nicht, was ihnen steht. Die sehen den Trend abgebildet und fragen sich: muss ich das mitmachen? Will ich das mitmachen? Und es beantwortet ihnen niemand die Frage: Steht mir das auch? Da kommt Linette ins Spiel. Linette macht auch nicht jeden

Trend mit. Auch wenn wir auf der Fashionweek in NY zum Beispiel sehen, dass Pink angesagt ist, weiß ich bereits, dass die Farbe Pink in Hamburg nicht gut funktionieren wird.

Wie ging das mit der Gala-Kolumne los?

SUE Erst dachte ich: Oh Gott, wie soll ich das denn hinkriegen, mir jede Woche etwas aus den Rippen zu schneiden. Dann ist mir das aber wahnsinnig leicht gefallen. Ich habe gemerkt, dass es mir Spaß macht, mich auszudrücken und Mode aus einer oberflächlichen Schublade rauszuholen. Mode war ja eigentlich mein Hobby. Ich habe Mode nicht studiert, sondern Germanistik und Journalismus. Ich habe mein Hobby zum Beruf machen dürfen. Und ich fand es auch spannend, weil man so konzentriert und kurz schreiben muss, man ist gezwungen, die Message rüberzubringen: Um was geht es eigentlich? Mode unterstützt eben eine Persönlichkeit, drückt ein Lebensgefühl aus und auch Macht.

Inwiefern Macht?

SUE Schau, was Hillary Clinton in ihrem Wahlkampf gemacht hat. Bei der Inauguration kam sie engelsgleich in einem blütenweißen Kleid auf die Bühne. Und sie hat während des ganzen Wahlkampfes immer gezielt machtvollere Farben eingesetzt: Das kraftvolle Rot, das Königsblau, Weiß. Und als sie verloren hatte, stand sie mit ihrem Mann im sakralen Lila auf der Bühne. Das finde ich spannend, was man mit Mode oder mit Klamotten ausdrücken kann. Das man sich damit genauso beschäftigt, wie mit Literatur oder Kunst, gehört für mich zum Lifestyle dazu. Ebenso wie man sich Gedanken macht, wie man leben möchte, ist es keineswegs oberflächlich, zu überlegen, wie man wirken möchte.

Die Blogger-Szene ist ja im Durchschnitt sehr jung, teilweise erscheinen die Beiträge etwas lächerlich. Mittlerweile entstehen erste Blogs für Ältere und die Generation findet mehr Beachtung. Was unterscheidet dich von anderen Fashion-Bloggern?

SUE Ich finde junge Blogs auch toll. Die entbehren nur jeglicher Lebenserfahrung. Und ich hatte das Gefühl, dass es für meine Zielgruppe im Netz noch nicht so viel gab. Da habe ich eine Lücke erkannt. Einerseits das Alter, andererseits gibt es auch Frauen in kleineren Städten oder vom Dorf, die nicht die Möglichkeit haben, jeden Tag shoppen zu gehen wo sie wollen. Das ist das Tolle am Netz, es bringt die große Welt in jeden Winkel des Landes. Im Prinzip wollen wir Frauen inspirieren. Lustigerweise lesen auch viele Männer unseren Blog und auch jüngere, so ab Mitte 20.

Wie macht ein Blog Profit? Du hast dein Team, das wahrscheinlich nicht immer umsonst arbeiten möchte, oder?

SUE Mein Team ist natürlich beteiligt. Das hilft für die Motivation und schafft ein Teamgefühl. Jeder Blog ist anders und finanziert sich anders. Es gibt Blogs, die große Kooperationen mit Firmen machen. Ich wollte mich da grundsätzlich nicht



abhängig machen, mit einer Firma eine Kooperation eingehen zu müssen, mit der ich nichts anfangen kann, die nicht zu mir passt.

Das heißt, die Inspiration, die du dir von irgendwo holst, lässt du in deinem Blog wiederkehren, ebenso wie eure eigenen Marken und Produkte?

SUE Genau. Wir stellen Designer vor, die noch nicht so bekannt sind. Wenn es passt, ist das eine enge Partnerschaft und wir arbeiten richtig gut zusammen. Es ist eben alles sehr kuratiert in unserem Shop.

Hast du ein Beispiel, das du nennen darfst?

Das Beautyprodukt von Abhat zum Beispiel. Das ist organisch hergestellt, das gibt's nicht bei Douglas, nicht am Eppendorfer Baum, das ist ganz neu, ein wunderschönes, wohlriechendes Produkt. Ein echtes Herzensprojekt, weil vom Verkauf ein ganzes Dorf in Indien und Schulen unterstützt werden. Das hat für uns den Anstoß gegeben, im Beauty Bereich aktiv zu werden. Der Deal ist, dass wir die Produkte anbieten, auch in unserem Shop, aber der Versand von Abhati geleistet wird.

„Ich möchte mir keinen goldenen Käfig suchen. Ich möchte mich nirgendwo eingliedern.“

Lebst du deinen Traum? Was wolltest du werden, als du Abi gemacht hast?

SUE Naja, den Bereich Journalismus fand ich schon immer super. Und dieses Reisen gibt mir Ruhe. Manchmal habe ich das Gefühl, ich bin auf der Flucht ... Nein, es gibt mir einfach Inspiration. Und ich weiß auch gar nicht, ob ich Hamburg anders ertragen könnte. Ich bin einfach eine Zigeunerin. Ich brauche das. Brauche Inspiration von außen. In der Lebensmitte habe ich noch einmal so einen „Wake-Up-Call“ bekommen. Habe mich gefragt, wo soll die Reise eigentlich hingehen und was will ich mit dem Rest meines Lebens anstellen? Die spannendste Reise ist für mich die zu mir selbst. Ich möchte mir keinen nächsten goldenen Käfig suchen. Ich möchte mich nirgendwo eingliedern.

Der übliche Weg wäre sicherlich gewesen, als Angestellte zu arbeiten. Schließlich hast du drei Kinder, das hätte dir Planungssicherheit gegeben.

SUE Klar, ich hatte auch eine Beziehung nach der Trennung. Hätte ich das weiterlaufen lassen, wäre das auch bequem für mich gewesen. Aber wie gesagt, die Bequemlichkeit hat mich nie interessiert. Ich habe oft das Gefühl gehabt, ich sei im freien Fall, aber irgendwie bin ich immer auf den Füßen gelandet. Da habe ich ein Urvertrauen. Und ich bin auch nur in einem gewissen Maß bereit, Kompromisse einzugehen. Es muss einfach passen. Ich finde es schon schön, wenn man wieder jemanden findet. Genauso wie mir Familie eine extreme Sicherheit gibt. Das ist eigentlich das Sprungbrett für mich gewesen.



Wie steht es mit Stärken und Schwächen?

SUE Ich habe recht viel Energie. Und ich bin Widder. Ich bin in Astrologie gar nicht bewandert, aber wenn ich was will, dann komme ich auch ans Ziel. Ich bin leider ein bisschen ungeduldig. Das macht es mir manchmal schwer. Letztendlich auch mit SoSUE. Wir haben einen Finanzplan und liegen über dem, was wir uns für dieses Jahr vorgenommen haben. Und trotzdem wäre ich gerne noch viel weiter. Aber das liegt auch in meiner Natur. Das war auch bei Closed so. Ich dachte, das gibt's doch nicht, dass die Leute jetzt erst sagen: ihr seid ja eine coole, moderne Firma.

Birgt die Online-Schnelllebigkeit keine Nachteile?

SUE Ich finde, es ist eine spannende Zeit. Doof finden das nur die Älteren, die Angst haben, dass die Jüngeren ihnen das Wasser abgraben. Wir leben in der Zeit der Digitalisierung. Es wird bald keine Apotheken mehr geben. Unser ganzes Leben wird sich verändern. Und es werden auch gar nicht mehr so viele Menschen Arbeit haben. Da wird es eine wahnsinnige Veränderung in unserer Gesellschaft geben. Und die Leute, die das belächeln, haben einfach nur Angst. Ich kann das zum Teil verstehen. Ich hab auch manchmal Angst vor der

Zukunft. Teilweise höre ich mich auch an wie meine eigene Großmutter: „Früher war das besser“. Klar, das Gewohnte gibt einem natürlich auch Halt.

Was ist das Spannendste an deinem Job?

SUE Ich finde es spannend, in die Gesichter von Menschen zu gucken und zu sehen, was dahintersteckt. Ich guck mir die genau an, gucke woher sie kommen und was sie für ein Leben führen. In der Mode sind es natürlich besonders hübsche Menschen, aber ich bin total wertfrei. Ich beurteile und verurteile Menschen gar nicht aufgrund ihres Äußeren. Im Gegenteil. Für mich muss ein Mann auch keinen bestimmten Sneaker oder ein bestimmtes Hemd tragen. Er muss einfach ein Typ sein und ein Gesamtbild abgeben. Genauso sehe ich das bei einer Frau und wenn ich bei der Typfindung ein wenig helfen darf, ist das für mich total schön. Für mich ist das Schönste, wenn eine Frau auf mich zukommt. Neulich war ich im Karolinenviertel und da kam eine Frau auf mich zugehauert: „Mensch, du bist doch die mit der rosa Cordhose! Ich verfolge deinen Instagram Account! Das war so ein toller Look. Ich bin gleich zu Urban Outfitters gerannt und die haben sich totgelacht, weil ich mindestens schon die 20. Frau war, die diese Hose haben wollte. Die war natürlich sofort

ausverkauft. Hast du noch einen Tipp?“ Das ist für mich eine schöne Bestätigung.

Wie passt das in die Hamburger Modewelt? Laut Wolfgang Joop laufen viele Frauen in Hamburg schon sehr bieder und konservativ, eben sehr hanseatisch rum.

SUE Ich finde, dass sich das extrem verändert hat und da funktioniert keine Verallgemeinerung mehr. Das ist auch von Viertel zu Viertel unterschiedlich. Ich bin ja eine große Beobachterin. Selbst in Eppendorf laufen die nicht bieder herum. Es verjüngt sich ja auch gerade extrem und die sind alle recht sportlich unterwegs. Ich sehe hier keine Highheels wie in München oder Paris. Die Frauen in Paris sind ja eher klein, die tragen Stilettos, selbst wenn sie mit dem Motorrad unterwegs sind.

Stehst du gern im Mittelpunkt?

SUE Ich hab mich die letzten zweieinhalb Jahre relativ viel mit mir selbst beschäftigt und bin weitaus reflektierter als vor drei Jahren. Manchmal ist es schwierig mich ständig auf Fotos zu sehen. Auf der anderen Seite bekommt man dadurch auch ein ganz gutes Gefühl für sich.



ONLINE

www.so-sue.com



Wahrer Luxus

2015 hat Simone Bruns ihr Label gegründet und startete mit ihrem ersten eigenen Geschäft im Grandhotel Heiligendamm an der Ostsee. 2017 folgte dann die Eröffnung des zweiten Geschäftes in Hamburg, Uhlenhorst. Bereits in über 10 Ländern und in über 100 Geschäften weltweit kann die Cashmere Marke von Simone Bruns erworben werden, aber auch Sonderanfertigungen sind möglich – für den wahren Luxus auf der Haut.

OPIUM FASHION



Wer einmal feinste Cashmere-Wolle auf der Haut gespürt hat, möchte am liebsten nie mehr etwas anderes tragen. Doch kann man als umweltfreundlich denkender und auf Nachhaltigkeit bedachter Mensch noch Cashmere Stücke kaufen? Man kann. Das Fairness, Transparenz und luxuriöse, qualitativ hochwertige Cashmere-Bekleidung heutzutage kein Widerspruch sein muss, beweist die Wahlhamburgerin Simone Bruns mit ihrem im Juli 2015 gegründeten Modelabel Cashmere Couture.

Nachdem sie sich über viele Jahre als Kunst-Event-Managerin einen Namen in der internationalen Kunst und Charity-Szene machte und auf von ihr organisierten Galas und Kunstauktionen viel Geld für wohltätige Zwecke sammelte, um internationale Projekte zu unterstützen, gründete Simone Bruns ihr luxuriöses Label.

Dem vorausgegangen war ein Besuch im Jahr 2015 in der durch Erdbeben größtenteils zerstörten Region in Nepal, die sie auf die Idee brachte mit den dort beheimateten Cashmere-Produzenten und Heimarbeiterinnen auf dem Land eine globale Allianz zu schmieden, um den Menschen eine neue Perspektive zu bieten und so Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt zu übernehmen.

Das Verantwortungsbewusstsein hinsichtlich ethisch korrekter Produktionsbedingungen hat stets oberste Priorität. Schließlich verdient Cashmere als eines der kostbarsten Naturprodukte eine entsprechende Behandlung – von der Erzeugung über die Verarbeitung bis zur Produktion. Zudem wird großer Wert auf faire Arbeitsbedingungen gelegt. Die Arbeiterinnen erhalten eine monatliche Vergütung, die weit über dem üblichen Durchschnittseinkommen eines Nepalesen liegt.

Statt schnelllebigen Trends zu folgen, legt das Label seinen Fokus auf modische Kreationen und die Gewährleistung höchster Qualität, um ganz besondere Unikate zu kreieren. Neben den Entwürfen von Frau Bruns sind auch Sonderanfertigungen für Kundinnen möglich. Am Ende erhält der Kunde ein handgehäkeltes- oder gestricktes Unikat.

Weiblichkeit und Erinnerungen an die frühen 1970er Jahre und das Spiel mit Silhouetten, unterschiedlichen Details und Verarbeitungen dieser einzigartigen Wolle, die die Bewegung und den fließenden Schwung einfangen, sind zentrale Themen bei Cashmere Couture. Was die ultra-soften Stücke so besonders macht, ist die Kombination aus luxuriösem Chic und einem besonders hohen Tragekomfort. Die extraweichen Ponchos, Strickjacken und Capes begeistern durch lockere Formen, raffinierte Ziernähte und stilvolle Details. Anschmiegsame Schals und Tücher beeindruckten durch außergewöhnliche, zeitlose Motive auf edelstem Webcashmere. Modische Farbkombinationen verleihen jedem Outfit einen Hauch von Luxus und gehören in jeden Kleiderschrank.

ONLINE www.simonebruns.com



STEINWAY

Spirio Lounge

HAMBURG

Steinway & Sons präsentiert seinen ersten Pop-up Store – nur wenige Meter von dem neuen Wahrzeichen der Stadt Hamburg entfernt. Zum Eröffnungsauftritt spielte der Hamburger Pianist Joja Wendt.



Anabel Mellinghoff, 33, ist seit September 2017 Leiterin der Steinway & Sons Retail Hamburg. Zuvor baute sie die Steinway & Sons Niederlassung in Stuttgart auf und folgte ihrer Liebe zur Kultur, Handwerkskunst und Tradition bei anderen Traditionshäusern wie Montblanc oder Louis Vuitton.

Was hat dich nach Hamburg verschlagen?

ANABEL MELLINGHOFF Als Hamburgerin und Klavierspielerin war es schon lange mein Traum für Steinway & Sons zu arbeiten. Mein Weg zu Steinway fand ich dann allerdings über Stuttgart, wo ich in den letzten zwei Jahren eine neue Niederlassung aufbauen durfte. Ich bin sehr glücklich, heute sagen zu können, dass ich für Steinway im vergangenen Herbst nach Hamburg zurückkehrte. Es ist ein Privileg, in einer kulturell so pulsierenden und inspirierenden Stadt zu leben und in der Vielfalt unserer Aktivitäten auch sinnstiftend dazu beitragen zu können. Die Kinder- und Jugendförderung liegt mir dabei besonders am Herzen!

Die Idee, exklusive Pop-up Stores für SPIRIO ins Leben zu rufen, wurde mit der Eröffnung der weltweit ersten SPIRIO Lounge in Hamburg realisiert. Wie ist diese Idee zustande gekommen?

ANABEL MELLINGHOFF Unser Player Piano SPIRIO schenkt jedem ein einzigartiges Konzerterlebnis zu Hause. Gleich ob man Klavier spielt oder nicht, mit SPIRIO kann man sich mit derzeit über 2700 eingespielten Werken die weltbesten Pianisten in

das eigene Wohnzimmer holen – und das im Original Steinway Klang. Mit der SPIRIO Lounge möchten wir einen exklusiven Raum schaffen, dessen Atmosphäre dieses einzigartige Erlebnis unterstreicht. Unsere Gäste sollen sich wie zu Hause fühlen.

Wurde bei der Standortfrage bewusst die Nähe zur Elbphilharmonie anvisiert?

ANABEL MELLINGHOFF Hamburg hat in der Geschichte von Steinway & Sons schon immer eine bedeutende Rolle gespielt. 1904 eröffnete die Familie Steinway ihren ersten Standort am Jungfernstieg. Später folgte unser Geschäft in den Colonnaden, auf das ich heute noch oft angesprochen werde. Nach dreizehn Jahren war es uns ein Bedürfnis, wieder in die Hamburger Innenstadt zurückzukehren. Einen geeigneteren Ort als die Hafencity mit der Elbphilharmonie, in der nahezu täglich Konzerte an Steinway Flügeln stattfinden, konnten wir wahrlich nicht finden. Nur wenige Meter von dem neuen Wahrzeichen der Stadt Hamburg entfernt, können Interessenten SPIRIO nun hautnah erleben, ausprobieren und anspielen. Spezielle Events, Autogrammstunden mit Künstlern oder auch Konzerte lassen die kleine, aber feine SPIRIO Lounge zu einem musikalischen Treffpunkt werden.

„Viele großartige Pianisten unserer Steinway Artist Familie haben exklusiv in unseren Studios in New York und Hamburg für SPIRIO eingespielt.“

Ein Steinway Flügel, Nonplusultra der Musikinstrumente, steht für über 160 Jahre Hingabe an höchste Handwerkskunst und kompromisslose Ausdruckskraft. Der Steinway SPIRIO soll emotionale Momente hervorzubringen und präsentiert sich in der SPIRIO Lounge. Was verbirgt sich dahinter?

ANABEL MELLINGHOFF Innovation und Handwerkskunst sind seit der Gründung von Steinway & Sons im Jahr 1853 die zentralen Eckpfeiler unseres Unternehmens. Es verbindet traditionelle Handwerkskunst mit zukunftsweisenden Technologien und setzt so neue Impulse für den anspruchsvollen Musikgenuss von morgen. Wie alle Steinway Flügel wird auch SPIRIO in unserer Hamburger Manufaktur gefertigt – zu 80 % in Handarbeit und auf Basis von über 120 Patenten, durch die der Steinway Flügel zum Maß aller Flügel und zur ersten Wahl der weltweit besten Pianisten wurde – und bis heute ist. SPIRIO ist das Ergebnis jahrelanger Forschung und eröffnet allen Liebhabern von Klassik, Jazz und Pop völlig neue Möglichkeiten. Viele großartige Pianisten unserer Steinway Artist Familie haben exklusiv in unseren Studios in New York und Hamburg für SPIRIO eingespielt. Mittlerweile umfasst die Musikbibliothek über 2.700 Einspielungen, die mit einem Touch

auf dem iPad hautnah und so authentisch erlebt werden können, als würde der Künstler selbst am Flügel sitzen.

SPIRIO repräsentiert dabei den Nuancenreichtum und die Leidenschaft des Künstlers mittels einer speziellen Software für die Messung der Hammergeschwindigkeit und der Pedalstellungen des Dämpfungs- und Verschiebepedals. Diese haben wir in Zusammenarbeit mit Wayne Stahnke entwickelt, der seit Jahrzehnten als einer der innovativsten Köpfe im Bereich der modernen Selbstspielsysteme gilt. Mit SPIRIO können Sie sogar Glenn Gould oder Vladimir Horowitz zum Leben erwecken. Das ist pure Emotion, die man nicht in Worte fassen kann, sondern live erleben muss.

Ist diese neue SPIRIO Lounge ausschließlich für Steinway Kunden zugänglich oder dürfen auch weitere Klavier-Interessenten vorbeischaun, die auf der Suche nach einem passenden Instrument sind?

ANABEL MELLINGHOFF In unserer SPIRIO Lounge sind alle Musikliebhaber willkommen! Neben SPIRIO zeigen wir in der SPIRIO Lounge auch immer wieder wechselnde Highlights aus unserer Family of Steinway-designed Pianos. Denn bei Steinway findet jeder sein Instrument: Vom legendären Steinway Konzertflügel über die Boston Performance Edition für ambitionierte Klavierspieler bis hin zum Essex Studio Klavier für Einsteiger in die Steinway Familie. Um alle Modelle zu zeigen, ist die SPIRIO Lounge wahrlich zu klein, aber sie ist eine schöne Ergänzung zu unserem Flagship Store gegenüber der Manufaktur am Rondenburg, wo Interessenten aus einer großen Auswahl an Flügeln und Klavieren ihr Piano in Ruhe auswählen können.



STEINWAY SPIRIO LOUNGE HAMBURG

Am Kaiserkai 67 · 20457 Hamburg

www.spiriolounge-hamburg.de

Öffnungszeiten: Mo. – Sa. 14:00 - 20:00 Uhr



Steinways Markenbotschafter Joja Wendt



LUTZ MARMOR

Was verschlägt „ne echt kölsche Jung“ nach Hamburg?

Der gebürtige Kölner Lutz Marmor leitet seit rund 10 Jahren als Intendant die Geschicke des NDR in der Zentrale an der Rothenbaumchaussee. OPIUM sprach mit ihm über Erfolg und Qualität der Programme, über den NDR als Wirtschaftsfaktor für Hamburg und natürlich gab es Fragen zum Menschen Lutz Marmor.

Herr Marmor, sie sind ja gebürtiger Kölner...

LUTZ MARMOR Ja, das stimmt. Ich bin ne echt kölsche Jung, aber ich fühle ich mich schon als Hamburger. Hamburg ist inzwi-

schen auch meine Heimat. Man kann zwei Heimatstädte haben. Es gibt den schönen Satz „Als echter Kölsche fühlst du dich überall zuhause“ und in Hamburg kann man sich sehr gut zuhause fühlen. Hamburg ist eine sehr weltoffene Stadt. Es gibt Zugezogene aus aller Herren Länder, man kann hier sehr gut leben.

Wann haben sie Radio und Fernsehen bewusst in Ihrem Leben wahrgenommen?

LUTZ MARMOR Das schwimmt in meiner Erinnerung. Ich kann mich natürlich an Radio erinnern, die Augsburger Pup-

penkiste, Lukas der Lokomotivführer. Ob das allerdings das erste Mal war, weiß ich nicht mehr. Und dann ist mir noch eine Jugenderinnerung geblieben: Es gab damals eine Show, die wollte ich damals eigentlich gucken, durfte aber nicht, weil es so spät war. Ich weiß nicht mehr, wie alt ich da war. Da habe ich immer versucht, durch das Schlüsselloch etwas mitzubekommen. Durch diese Verbote wird Fernsehen natürlich besonders begehrt. Deshalb würde ich niemandem empfehlen, seinen Kindern die Mediennutzung zu verbieten.

Gab es - seitens ihrer Eltern - eine frühkindliche Prägung, die weichenstellend war? Welche Werte wurden ihnen mit in die Kinderstube gelegt?

LUTZ MARMOR Darüber habe ich nachgedacht. Ich glaube so etwas wie Pflichtgefühl. Meine Eltern wollten damals, dass ihre Kinder noch mehr erreichen als sie und dass es ihnen besser ginge. Das war so in der Generation. Das haben die mir so mitgegeben, auch durch Vorbild. Mein Vater hat damals sehr viel gearbeitet. Ich komme ja aus dem Rheinland und dort bekommt man ganz automatisch so etwas wie Lebensfreude mit. Beides zusammen, neben Grundwerten wie Ehrlichkeit und Zuverlässigkeit, hat meine Jugend geprägt. Meinen Eltern verdanke ich durchaus viel und ich hatte eine glückliche Kindheit.

„Mir wurde oft gesagt, dass ich doch Medizin studieren solle.“

Hatten sie oder ihre Eltern irgendwann auch einmal Alternativvorstellungen hinsichtlich ihrer Berufswahl in dem Sinne, dass sie vielleicht Arzt hätten werden wollen oder sollen?

LUTZ MARMOR Mein Vater war Eisenbahner mit Leib und Seele. Der hätte es glaube ich am liebsten gehabt, wenn ich bei der Deutschen Bundesbahn angefangen hätte. Ich habe BWL studiert, so dass ich das nach dem Studium durchaus hätte machen können. Aber ich wollte das nicht. Ich finde das Unternehmen Bahn zwar nach wie vor interessant, aber damals, als der Vater in so einem Unternehmen gearbeitet hat, fand ich das nicht prickelnd.

Sie sind im Arbeiterviertel und Problembezirk Köln Kalk groß geworden. Wie sind sie von da zu ihrem BWL-Studium gekommen?

LUTZ MARMOR Das mit dem Problemviertel habe ich selten erlebt. Ab und zu schon, da gab es schwierige Erfahrungen, aber insgesamt war es okay. Ich war immer ein guter Schüler und fand Schule auch nicht schlimm. Mir wurde oft gesagt, dass ich doch Medizin studieren solle. Bei BWL fand ich allerdings damals sehr interessant, dass es ein Allround-Studium war. Da konnte man seine rechnerische und sprachliche Begabung und auch ein bisschen Grundjura miteinander verbinden. Ich fand, dass einem mit diesem Studium viele Wege offen stehen. Und so war es dann auch. Insofern habe ich es auch nie bereut.

Wenn sie zurückblicken, als sie ihr Studium angefangen haben, wussten sie noch nicht, dass sie mal zum NDR gehen und Intendant werden. Wäre eine journalistische Ausbildung nicht hilfreich in der Ausübung ihrer Position gewesen?

LUTZ MARMOR Die kann immer hilfreich sein. Ich war mal wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Uni. Und bei allen meinen Artikeln wurde mir immer gesagt, sie wären zu journalistisch. Weil ich mich bemüht habe, die Dinge immer so zu erklären, dass sie verstanden werden. Und in der damaligen Zeit gab es so etwas wie „Wissenschafts-Chinesisch“ und das gefiel mir nicht so gut. Natürlich ist eine journalistische Ausbildung immer gut. Aber man muss, denke ich, auch ein paar Voraussetzungen mitbringen. Man muss Dingen auf den Grund gehen wollen. Ich bin ein sehr neugieriger Mensch, was eine gute Voraussetzung für Journalisten ist. Und man muss in der Lage sein, Dinge vernünftig auszudrücken. Und ich glaube, dass ich Dinge verständlich ausdrücken kann. Das habe ich am Ende durch einen guten Deutschlehrer in der Schule mitbekommen.

Wie hat die Zeit in der Aufbauphase des ORB sie als Verwaltungschef geprägt – was haben sie „mitgenommen“.

LUTZ MARMOR Das war eine ganz tolle Erfahrung. Es war ein durchaus großes Risiko, da der Sender sehr klein war. Da war gar nicht klar, ob der lebensfähig war. Und in meiner Generation war es eine großartige Erfahrung, so etwas in einer schwierigen Umbruchzeit mitzuerleben. Ost und West zusammenzubringen und einen neuen Sender aufzubauen. In der Anfangszeit gab es Bürocontainer und einen Monat vor Sendestart hatten wir noch keine Mitarbeiter. Es musste alles sehr schnell gehen und das mit wenig Budget. Und mein Anspruch war auch, zu helfen und zu zeigen, man kann einen öffentlich rechtlichen Rundfunk mit „schlanken“ Strukturen aufbauen. Wir haben uns selbst „Die schlanke Anstalt“ genannt. Das alles aus dem Nichts unter Zeitdruck aufzubauen und das Engagement vieler Leute zu erleben, war ganz besonders.

Sie hatten die Position als stellvertretender Intendant beim WDR. Was hat sie zu uns in den schönen Norden geführt?

LUTZ MARMOR Mein Werdegang verlief ja so, dass ich 4 Jahre lang Verwaltungsdirektor in Brandenburg beim ORB war. Dann bin ich nach dieser Aufbauphase Ende 1995 nach Hamburg zum NDR gewechselt und war dann über 10 Jahre lang als Verwaltungsdirektor beim NDR tätig. Deshalb bin ich natürlich schon länger in Hamburg. Dann bin ich nach all den Jahren noch mal gefragt worden, ob ich zum WDR zurückkommen möchte.

Damals war ich in Anfang 50 und dachte, es wäre eine gute Möglichkeit noch mal einen Schritt zu machen und dachte auch, damit wäre es erst mal gut. Und dann wurde ich wieder gefragt, ob ich bereit wäre, beim NDR als Intendant zu kandidieren. Nach kurzer Überlegung habe ich das dann auch gemacht.



NDR – das Beste am Norden ist ja trotzdem nicht immer gut genug. Wo liegen die Erfolge und was - kann aus ihrer Sicht - noch verbessert werden?

LUTZ MARMOR Mein Vorgänger Jobst Plog hat für den NDR wirklich viel erreicht. Er hat die Unabhängigkeit von der Politik erkämpft, hat den NDR zu einem modernen Unternehmen ausgebaut. Es ist ihm gelungen Mecklenburg Vorpommern in den NDR zu integrieren, sodass man ein gutes Fundament hatte. Wir hatten aber natürlich auch eine Reihe von Problemen. Es gab ungeklärte arbeitsrechtliche Fragen, auch programmtechnisch gab es einige Defizite. Da habe ich mir vorgenommen, die Erfolgsfaktoren im Team weiter auszubauen. Das ist, denke ich, gut gelungen. Der NDR ist bei den Menschen in Norddeutschland sehr gut verankert, wir haben sehr gute Umfragewerte. Das NDR Fernsehen hat bundesweit die meisten Zuschauer bei den Dritten. Im Sendegebiet sind wir auf Platz 2 hinter dem Mitteldeutschen Rundfunk. Wir sind sehr stabil und haben das Programm relevanter gemacht. Es gab damals zum Beispiel noch keine Nachrichtensendung NDR aktuell um 21:45 Uhr, wir haben die Landesprogramme ausgebaut, also die Regionalisierung weiter getrieben – ohne, dass wir dafür extra Geld bekommen haben. Und wir haben den Kurs meines Vorgängers, effizient mit dem Geld der Bürger umzugehen, fortgesetzt. Auch die neue Welt des Internets haben wir gut für uns entdeckt und bewältigt. Ich könnte viel mehr nennen, wichtig ist aber auch, dass wir im Team gut weitergekommen sind. Und dass wir eine vielfältige Mischung gefunden haben, mit Dingen, die die Menschen interessieren.

Wie stellt der NDR die Qualität seiner Programme sicher? Ab wann greifen sie redaktionell ein?

LUTZ MARMOR Ich greife praktisch nie ein. Nur einmal musste ich eingreifen und entscheiden, dass wir Xavier Naidoo nicht

zum ESC nach Stockholm senden. Ich finde die Rolle des Intendanten ist etwas anders. Ich verstehe mich als Möglichmacher. Ich muss versuchen rechtliche Freiräume zu schaffen, der Redaktion den Rücken freizuhalten, muss dafür sorgen, dass wir die besten Leute bekommen und bei uns halten. Was natürlich nicht immer gelingt - die Konkurrenz schläft ja nicht. Wir haben außerdem ein ganz wichtiges Prinzip, das sich innere Rundfunkfreiheit nennt, die Redaktionen müssen – im Rahmen der Gesetze und der journalistischen Freiheit – eine innere Freiheit haben. Die Arbeit wird in den Redaktionen gemacht und sie müssen viel eigene Verantwortung übernehmen. Natürlich diskutiere ich mit den Leuten hinterher, was mir gefällt, und was nicht, aber ich kennzeichne dies immer ausdrücklich nicht als Anweisung.

Das Radio ist für die Norddeutschen ein wichtiger Begleiter durch den Tag. Knapp sieben Millionen Hörerinnen und Hörer entscheiden sich täglich für den NDR. Was sind die Gründe für diesen Erfolg und wie konnte der Vorsprung zu den Privaten vergrößert werden?

LUTZ MARMOR Radio ist ein total spannendes Medium. Radio erreicht die Menschen akustisch. Man kann die Augen schließen, aber nicht die Ohren. Im Radio hören sie Musik und plötzlich finden sie diesen Titel ganz toll. Oder Sie hören wegen eines Themas, das sie interessiert zu und man wird unmittelbar überrascht. Radio ist auch ein Tagesbegleiter – im Bad am Morgen bis hin zur Fahrt mit dem Auto. Radio ist schnell, aktuell und hat die Mischung aus Musik, Information und Unterhaltung, die viele Menschen mögen. Wir haben sehr gute Leute, die top ausgebildet sind und davon leben wir in Radio und Fernsehen. Und wenn man diese Leute machen lässt, hat man am Ende Erfolg. Wir haben eine breite Senderauswahl, bei der jeder Hörer einen passenden Sender für seine Interessen finden kann. Der NDR hat zurzeit einen Marktanteil von ca. 50% im Norden, wobei es immer auch ein



Auf und Ab gibt. Wir haben natürlich in jedem regionalen Gebiet starke Konkurrenz. In jedem Sendegebiet gibt es starke private Radiosender, die ein gutes Programm machen. Diesen Wettbewerb muss man akzeptieren und wir geben uns größte Mühe, dem Anspruch „NDR – das Beste am Norden“ gerecht zu werden.

Auch beim Fernsehen sieht es nicht anders aus: Auch die Tagesschau hat ihre Position als erfolgreichste Fernseh-Nachrichtensendung weiter ausgebaut. Liegt es allein an der Vorgabe Nachrichten verlässlich, seriös und ohne Effekthascherei zu präsentieren?

LUTZ MARMOR Das ist der Kern der Tagesschau. Ich glaube der Erfolg der Tagesschau liegt darin, dass sie Ihrem Kern über Jahrzehnte treu geblieben ist – seriöse, verlässliche, politische Informationen auf den Punkt und ohne viel Schickschnack zu präsentieren. Diese bekannte Marke über die Jahre in der Balance zwischen den Grundsätzen bis hin zu der notwendigen optischen und sprachlichen Veränderung zu halten, ist wirklich eine tolle Leistung. Eine für viele unübersichtliche Welt mit all ihren Krisen und Katastrophen ist natürlich auch ein Grund, weshalb die Leute verstärkt an seriösen Nachrichten interessiert sind. Obwohl die Menschen bereits viel über das Internet oder Radio tagsüber mitbekommen, schalten sie trotzdem am Abend die Tagesschau ein, um wirklich noch einmal seriöse Informationen zu bekommen.

Qualitätsjournalismus ist personal- und damit kostenintensiv. Macht es sich weitestgehend bezahlt, diesen Weg konsequent zu verfolgen?

LUTZ MARMOR Ich glaube, Qualität zahlt sich aus. Die Leute können von ihren Rundfunkbeiträgen erwarten, dass wir die bestmöglichen Informationen bieten. Sie müssen sich darauf verlassen können. Wir recherchieren, haben immer das 4-Augen-Prinzip, haben hervorragende Journalisten, die die

Grundprinzipien des Journalismus verinnerlicht haben. Wir haben weltweit neben der BBC das größte Auslandskorrespondentennetz. Wodurch wir von den eigenen Leuten vor Ort möglichst gute Informationen aus der ganzen Welt bekommen. Dann hat die ARD noch einen Vorteil. Wir sind regional organisiert, das heißt, die Tagesschau wird zwar hier in Hamburg redaktionell verantwortet, aber die Beiträge kommen aus den Regionen.

„Wir sind in einem großen Umbauprozess. Wir wollen Nachrichtenproduktionen bündeln.“

Was wollen sie in der verbleibenden Amtszeit noch erreichen?

LUTZ MARMOR Wir sind in einem großen Umbauprozess. Wir wollen zusätzliche Ressourcen erschließen. Der NDR möchte noch mehr tri-medial produzieren und wir wollen die Nachrichtenproduktionen bündeln. Dafür müssen Kolleginnen und Kollegen umziehen und es müssen neue Workflows erstellt werden. Wir haben uns ein Programm verordnet, das „Kompass 2022“ heißt, in dem wir unsere Ziele bis 2022 festgelegt haben. Auf der ARD-Ebene haben wir den Ländern und den Beitragszahlern versprochen, dass wir tiefgreifende Reformen in der Verwaltung und Produktion umsetzen, wie zum Beispiel eine einheitliche IT Struktur zu schaffen.

Wie ordnen sie den heutigen Stellenwert des NDR als Wirtschaftsfaktor in Hamburg ein?

LUTZ MARMOR Ich denke schon, dass wir für Hamburg ein wirklich wichtiger Wirtschaftsfaktor sind. Wir sind auf Platz



23 unter den 200 größten Betrieben der Stadt, wenn man es an der Zahl der Arbeitsplätze misst. Da wir auch für ganz Norddeutschland eine Institution sind und eine Tagesschau haben, die von der gesamten ARD bezahlt wird, sind wir sicherlich ein wichtiger Teil von Hamburgs Wirtschaft.

Jeder Intendant weiß, dass periodisch immer wieder das Problem auftaucht, ob die Gebühren noch zeitgemäß und angebracht sind und eine Gebührenerhöhung auch tatsächlich zu rechtfertigen ist. Andere Gebühren werden in unserem Land zwar auch wie selbstverständlich erhöht, nur bei den Rundfunkgebühren ist das ganz offenbar nicht so selbstverständlich. Die Frage ist also, ob die jetzigen Gebühren ausreichend sind, wenn auf der anderen Seite alles immer teurer wird und der NDR scheinbar horrenden Gehälter, Abfindungen und Renten zahlt?

LUTZ MARMOR Das ist immer eine schwierige Frage. Dass wir innerhalb der Branche außerhalb der Range liegen, stimmt mit Sicherheit nicht. Im Gegenteil ist es sogar so, dass wir Verlässlichkeit und bessere Langfristigkeit bieten können, aber oft sind wir nicht top bei den Gehältern. Die Gehälter setzen wir ja auch nicht selbst fest, wir haben Tarifverträge, die mühsam ausgehandelt werden. Wichtig ist doch eigentlich Folgendes: Für unter 60 Cent am Tag nutzen die Leute das Angebot in Deutschland im Schnitt 3 Stunden und 20 Minuten. Das geht natürlich nur, weil jeder zahlen muss. Ich finde, da kann man auch sagen, dass wir diesen Beitrag wert sind. Die gute Botschaft ist, dass der Beitrag bis 2020 stabil bleibt. Ab 2021 streben wir einen Inflationsausgleich an. Ich finde diese Forderung nach wie vor vertretbar. Unsere Verpflichtung ist es natürlich, ordentlich mit dem Geld umzugehen.

Hat der umstrittene Eurovision Song Contest als Unterhaltungsformat noch eine Daseinsberechtigung?

LUTZ MARMOR Ich finde nicht, dass der ESC umstritten ist. Das einzige, was uns nicht zufrieden stellt ist, dass wir mit den

deutschen Beiträgen nicht so erfolgreich sind. Der ESC ist immer noch die meistgesehene Unterhaltungssendung im deutschen Fernsehen. Wir haben sehr viele junge Zuschauer. Der ESC ist immer noch Kult. In der Halle selbst merkt man, Europa lebt und das finde ich besonders toll am ESC. Alle feiern sich gegenseitig und es herrscht eine tolle Atmosphäre.

Den wichtigsten deutschen Musikpreis „Echo“ wird es nach dem Skandal um Kollegah und Farid Bang nicht mehr geben. Wie sehen sie die Entscheidung, die der Vorstand des Verbandes der Musikindustrie getroffen hat?

LUTZ MARMOR Ich denke, die Entscheidung war richtig. Ich kann nicht verstehen, warum der Ethikbeirat kein Problem damit hatte. Wenn Sie mit unserer Vergangenheit solche Texte hören, geht das schlicht und einfach nicht. Natürlich sitzt das Problem tiefer. Man muss sich natürlich generell fragen, warum solche Lieder so erfolgreich sind. Aber alles Negative hat auch etwas Gutes. Dadurch wird dieses Problem nun diskutiert.

Auf welche neuen Projekte/Sendungen kann der Hörer und Fernsehzuschauer gespannt sein?

LUTZ MARMOR Die Zuschauer können auf ganz viel gespannt sein. Für viele Menschen wird ganz klar das größte Ereignis die Fußball Weltmeisterschaft sein. Diese wird in gewohnter Qualität im ARD und ZDF übertragen. Im Sport werden wir etwas Neues haben. Im August senden wir die sogenannten European Championships. Man hat versucht die Europameisterschaften zu bündeln. Davon erhoffen wir uns einen Effekt, wie man ihn auch bei Olympia erleben kann. Ich kann natürlich nur eine Auswahl nennen, aber wir werden auch wieder tolle Dokumentarfilme haben und auch auf unsere neue Mediathek können die Leute sich freuen. Diese wird zeitgemäßer sein und im Laufe des Jahres erscheinen.

Zu guter Letzt noch ein paar persönliche Fragen: Sie waren ein begeisterter Basketballspieler, Coach, Trainer und Schiedsrichter, würden sie nochmal für einen guten Zweck mitspielen?

LUTZ MARMOR Jeder Zeit, aber mein Knie würde das nicht mehr mitmachen. Mir fehlt ein Kreuzband, weshalb Basketballspielen leider etwas schwierig werden würde.

Wer ist ihr Lieblingsschauspieler / Schauspielerin?

LUTZ MARMOR Es gibt sehr viele großartige Schauspieler, die ich brillant finde. Ich könnte Ihnen sehr viele nennen, aber ich möchte keinen hervorheben.

Auf was würden sie in ihrem Leben nicht verzichten?

LUTZ MARMOR Auf Freiheit und Liebe.

.....
Das Interview führte Gunnar Henke.

OPIUM

Wenn ich mal eine ganz große Zeitung werde,
dann werde ich mich zurückerinnern an Dich.
Du warst seit der ersten Stunde mit dabei.
Du hast mir das Gehen beigebracht.
Du hast mich hübsch gemacht und
mich zum Abschlussball gefahren.
Mit Dir möchte ich es machen.

OPIUM bietet seinen Kunden halbjährig eine Plattform, um in der vielfältigen Medienlandschaft nachhaltig auf sich aufmerksam zu machen. Denn Kreativität in der Zeitungslandschaft ist keine Frage der Größe eines Verlagshauses oder der finanziellen Mittel, sondern immer noch eine Frage der Phantasie des Einzelnen.

MACHEN SIE ES MIT UNS!

 040 280 959 60

»Wer die Augen schließt und einen tiefen Atemzug wagt, dem steigt noch der Duft Jahrhunderte langer Geschichte in die Nase: Das nächste Kapitel dürfen Sie selbst schreiben.«





WINTERHUDE WATERFRONT

HAMBURG/WINTERHUDE

„THE LOFT“

LUXURIÖSES WOHNEN
MIT INDUSTRIELLEM CHARME





Inmitten historischer Gründerzeitbauten entsteht mit „The Loft“ ein einzigartiges Wohnprojekt im Herzen Hamburgs. In Winterhude, einem der attraktivsten Stadtteile, wird die ehemalige Zigarrenfabrik von 1905 in der Barmbeker Straße 3a und 5a zu einem der individuellsten und exklusivsten Eigentumsprojekte der Stadt umgestaltet.

AM PULS DER STADT

Der Osterbekkanal führt auf direkt unter den Fensterfronten entlang. Jede der insgesamt zehn Wohneinheiten an der WINTERHUDE WATERFRONT ist direkt am Kanal gelegen. Die Wohnfläche im Wassergeschoss genießt den Luxus eines eigenen Bootsanlegers, der auch als sonnige Terrasse nutzbar sein wird. Alle weiteren Einheiten verfügen über vorgestellte Balkone und sind sowohl in Richtung des ruhigen Hinterhofes sowie zur Kanalseite ausgerichtet – Oasen der Ruhe in einem sonst so lebendigen Umfeld. Die Etagen des Hauses erreichen Sie über das repräsentative Treppenhaus oder einen modernen Fahrstuhl, das Gebäude selbst über den ruhigen Eingang im Hinterhof.

EXKLUSIVES LOFT-LIVING

Die Wohnflächen umfassen zwischen rund 175 und 283m². Alle bieten ausreichend Raum für den Traum exklusiven Loft-Livings. Die umfangreiche Sanierung arbeitet den einmaligen Charakter des historischen Gebäudes heraus und lässt den perfekten Ort für Individualisten, Kreative und Querdenker entstehen. Freigelegte Backsteingemäuer trifft auf modernstes Interior Design, industrieller Fabrikcharme verbindet sich mit hochwertigen Luxuselementen. Dank der bis zu über drei Meter hohen Decken und gewaltigen Fensterfronten genießen Sie ein unvergleichbares Raumgefühl von Freiheit und Grenzenlosigkeit. Hier findet das urbane Manhattan ein Zuhause – mitten in Hamburg. Erleben Sie das sonnig-helle Wohngefühl einer Loftwohnung schon vorab in unserem Showroom und lassen Sie sich vom Factory-Living verzaubern.

WUNDERVOLLES WINTERHUDE

Kaum ein anderer Stadtteil Hamburgs bietet eine so hohe Lebens-



qualität wie das nordöstlich an der Alster gelegene Winterhude. Hier verschmelzen unterschiedlichste Facetten zu einem harmonischen Gesamtbild: Moderne und Tradition, Business und Wellness, Kreativität und Unternehmergeist, Erholung und das pure Leben. Seien Sie mittendrin.

Hier zeigt das luxuriöse Stadtleben sein charmantes Gesicht. Hier fühlt man sich schnell Zuhause, ganz gleich woher man kommt. Überall begegnen Sie freundlichen Gesichtern. Alles, was das Herz begehrt, befindet sich in Ihrer direkten Umgebung: Geschäfte für den alltäglichen Bedarf, Apotheken, Ärzte, öffentliche Verkehrsmittel und vieles mehr liegen in den umliegenden Straßen. Boutiquen und Geschäfte mit hochwertiger Mode sorgen dafür, dass Sie auch für exklusives Shopping Ihr Viertel nicht verlassen müssen.

MOMENTE FÜR GENIESSER

Hier können Sie sich auf kulinarische Weltreise begeben. Von erstklassigem Kaffee mit original französischen Croissants über italienische Spitzenküche bis hin zu frischem Seafood oder Sushi – entdecken Sie die nähere Umgebung mit all ihren kulinarischen Schätzen. In den zahlreichen Weinbars können Sie den Abend gemütlich ausklingen lassen.

ZEIT FÜR SICH

Den Stadtpark und die Alster erreichen Sie durch einen kurzen Spaziergang. Dem Freizeitangebot für Aktive sind kaum Grenzen gesetzt. Auch für Momente der Erholung müssen Sie nicht weit reisen – einige der namhaftesten Wellness-Oasen befinden sich in direkter Nachbarschaft. Zahlreiche Galerien und Ausstellungsräume bieten Kontraste zu den kulturellen Angeboten im Theater Winterhuder Fährhaus oder der Kulturfabrik Kampnagel.

Bauträger: Silver Lining GmbH

Projektentwicklung: HESTUM GmbH

Architekt: Lars Wittorf BDA

Design & Konzeption: Frank Theuerkauf

Visualisierungen: bloomrealities

Weitere Informationen finden Sie vorab unter:
www.loft-winterhude.de



WOHNFLÄCHE: von ca. 175m² bis ca. 283m²

ENERGIEDATEN: in Arbeit **KAUFPREIS:** auf Anfrage

NEUBAUTEAM – CVJ KAPITAL & IMMOBILIENBERATUNGS-GMBH & CO. KG

Große Elbstraße 68 · D-22767 Hamburg · T +49 (0)40 537 9767 15

F +49 (0)40 537 9767 10 · info@neubauteam.de · www.neubauteam.de

VJ VONJÄRTEN&CIE
 IMMOBILIEN UNTERNEHMENSGRUPPE

STEFAN WULFF

ES MACHT SPASS, DINGE ZU BEWEGEN.

Stefan Wulff führt in dritter Generation eine der größten Hamburger Baufirmen.

In Opium spricht Stefan Wulff über die beste Entscheidung seines Lebens, Dankbarkeit, City Nord, Chinesen, Holländer und die schönste Stadt der Welt.

Stefan Wulff wurde 1965 in Hamburg geboren. Nach einer Ausbildung als Bankkaufmann und einem Architekturstudium, das er als Diplom-Ingenieur (Architektur) abschloss, war er zunächst in mehreren Unternehmen tätig. 1995 trat er in die Otto Wulff Bauunternehmung ein, die er seit 2000 als geschäftsführender Gesellschafter leitet. Stefan Wulff steht für das große Ganze und für ein modernes und familiäres Unternehmen.

Was war deine beste Entscheidung im Leben neben deinem Studium?

STEFAN WULFF Im Grunde genommen, nach dem Studium in die Firma meines Vaters zu gehen. Eigentlich wollte ich was anderes werden. Zuerst absolvierte ich eine Banklehre. Danach wollte ich Jura studieren. Ich hatte auch schon einen Studienplatz. Es kam aber anders. Nach der Zeit in der Bank, die sehr interessant war, habe ich festgestellt, dass ich etwas Praktisches machen möchte. Nur Zahlen war für mich zu wenig. Daraufhin fragte mich mein Vater, ob ich nicht mal für drei Monate auf dem Bau arbeiten möchte. Aus drei wurden 12 Monate. Und aus dieser Erfahrung heraus, war für mich

klar, dass ich Architektur studieren möchte. Es hat vielleicht alles etwas länger gedauert, war aber die beste Entscheidung meines Lebens.

War dieser Beruf auch etwas, was deine Eltern von dir erwartet haben?

STEFAN WULFF Meine Eltern haben mich nie unter Druck gesetzt und hätten mir nie vorgeschrieben, was ich lernen oder studieren soll. Im Gegenteil, mein Vater hat mich oft gewarnt, da die Zeiten damals auf dem Bau nicht immer die Besten waren. Dafür war ich ihm auch dankbar. Am Ende habe ich dann ja auch selbst den Weg gefunden. Wenn man in einer Unternehmerfamilie aufgewachsen ist und die „Ups and Downs“ miterlebt hat, hat es ja auch seinen Reiz, das Unternehmen weiterzuführen.

Apropos dankbar. Welche drei Dinge fallen dir spontan ein, auf die du in deinem Leben stolz oder für die du dankbar bist?

STEFAN WULFF Dankbar bin ich darüber, dass ich meine Frau kennengelernt habe und stolz bin ich auf unsere wunderbare Tochter. Überhaupt habe ich eine tolle Familie, die wirklich zusammenhält. Auch mit der angeheirateten Familie meiner Schwester verstehen wir uns prima. Familie ist so wichtig im Leben. Dafür bin ich sehr dankbar.



„Ich würde nichts rückgängig machen wollen und alles wieder so machen, wie ich es zu der Zeit entschieden habe.“

Gibt es eine Entscheidung in deinem Leben, die du gern rückgängig machen würdest?

STEFAN WULFF Rückgängig würde ich nichts machen wollen. Auch eine im Nachhinein falsche Entscheidung hilft letztlich durchs Leben zu gehen und gehört einfach dazu. Es ist ein Stück Lebenserfahrung, die einen Menschen prägt. Nein, ich würde nichts rückgängig machen wollen und alles wieder so machen, wie ich es zu der Zeit entschieden habe.

Wenn ich richtig recherchiert habe, habt ihr zur Zeit ca. 20 Bauprojekte in Bearbeitung. Gibt es weitere, die vielleicht noch nicht bekannt sind?

STEFAN WULFF Das aktuell größte Projekt ist das Tarpenbeker Ufer in Groß Borstel, wo zur Zeit ca. 750 Wohnungen entstehen. Es gibt zwei weitere große Projekte, über die ich erst nach der Beurkundung sprechen kann, die hoffentlich bald stattfindet. Das wird spannend, da sie im Herzen Ottensen gelegen sind. Hier wird alte Industriekultur kombiniert mit modernem Wohnungsbau und Büroflächen. Die werden zum Teil in den alten denkmalgeschützten Flächen untergebracht. Das Tolle ist, dass auch die alten Handwerksbetriebe erhalten bleiben trotz der Erneuerungen auf dem Gelände. Das gibt dem Projekt am Ende ein Gesicht. Es entstehen dort über 300 Wohnungen.

Auf was oder wen möchtest du in deinem Leben nicht verzichten? Was möchtest du auf keinen Fall missen?

STEFAN WULFF Es gelingt mir ganz gut, beruflichen Stress und private Dinge, die mir Spaß machen, in Balance zu halten. Ich glaube, das nennt man Work-Life-Balance. Das möchte ich versuchen, aufrecht zu erhalten. Weil man doch auch aus den Ruhephasen wieder Kraft schöpfen kann. Außerdem möchte ich auch mein Arbeitsumfeld, d.h. mein Team, das ich um mich habe nicht missen. Wie gesagt, hier eine Balance zu finden ist die Kunst.

Du verbringst sehr viel Zeit mit deinem Team. Du legst wahrscheinlich sehr viel Wert auf Zufriedenheit und Freundlichkeit deiner Mitarbeiter?

STEFAN WULFF Ja genau. Wir haben eine historisch gewachsene Unternehmenskultur, die daraus entsteht, dass das Umfeld, in dem unsere Mitarbeiter arbeiten, einfach Spaß macht und der Umgang miteinander vertrauensvoll ist. Die Menschen

gehen gern zu Arbeit. Und das gibt mir die Chance, wirklich sechs Wochen im Jahr Urlaub mit meiner Familie zu machen. Mir ist es ganz gut gelungen, eine gute Mischung hinzubekommen.

Wunderbar! Das sehe ich genauso.

STEFAN WULFF Dazu zählt natürlich Sport als Ausgleich. Im Winter Skifahren und im Sommer Golf spielen. Das klappt nicht jede Woche, aber missen möchte ich es auch nicht. Und es ist toll, wenn man sich dann 100 prozentig auf sein Team verlassen kann.

Das Bauunternehmen Otto Wulff ist alteingesessen und schon relativ stadtprägend. Gibt es Projekte, wenn du die Chance hättest, sie zu verändern oder zu sanieren? Wenn ja, welche?

STEFAN WULFF Das wären die City Hochhäuser. Wir haben uns auch beworben, sind aber in der Ausschreibung leider nur zweiter geworden. Ich finde es gut, dass diese Häuser abgerissen werden. Was dort jetzt hinkommt, kann nur besser werden. Ich würde aber gern das eine oder andere Gebäude in der City Nord ersetzen. Ich finde, dieser Teil der Stadt ist etwas ganz besonderes und sollte erhalten werden. Wir haben auch ein spannendes Projekt zusammen mit zwei Partnern in der City Nord. Die Postpyramide ist jetzt weg und es entsteht ein neues Bürogebäude, das zeitgemäß ist und vor allem auch Wohnungen enthält. Es ist ein toller zentraler Standort mit vielen Freiräumen, mit denen man behutsam umgehen muss. Einige Gebäude passen einfach nicht mehr in die heutige Zeit.

Sehr spannend ist auch die Entwicklung in Wilhelmsburg und des damals geplanten Olympiageländes im Hafen. Hier hätten wir schon große Lust, Projekte zu planen. Das ist irgendwie ein neues Stück Hamburg. Wir sind auch an der IGS mit dem Algen- und dem Hybridhaus vertreten und haben damit das erste IGS-Projekt realisiert. Keiner wollte das damals machen – und solche Projekte machen Spaß!

„Die Diskussion, dass Hamburg keine Hochhäuser haben darf, würde ich gern in Frage stellen.“

Apropos Spaß – was ihr im Laufe der Zeit in Hamburg gebaut habt, läuft ja meistens nach gewissen Standards. Du bist ja wahrscheinlich umgeben von einigen Visionären, die sagen: Wir bauen mal etwas ganz Verrücktes! Gibt es ein Projekt, wenn Geld keine Rolle spielt, was du gern machen würdest?

STEFAN WULFF Die Holländer bauen sehr gute Hochhäuser. Die Diskussion, dass Hamburg keine Hochhäuser haben darf oder nur an wenigen Stadtteilen, würde ich gern in Frage stellen. Eine tolle Hochhausarchitektur, wie man sie in anderen Ländern sehen kann, das wäre so eine Vision, die ich hätte.

Man hätte den Platz, der der Stadt zur Verfügung steht, besser ausgenutzt.

Dieses intelligente Wohnen haben uns die Chinesen ja vorgemacht, weil sie nicht viel Platz zur Verfügung haben. In riesigen Anlagen haben sie kleine Wohnungen, haben aber in ihrem Wohnkomplex viele Gemeinschaftsräumen, wie z.B. eine gemeinsame Bibliothek, ein gemeinsames Restaurant oder Veranstaltungsräume. Wenn man ein Fest plant, bucht man dort einfach einen runden Tisch und hat einen Service. Ist das was, was hier auch umsetzbar wäre?

STEFAN WULFF Eben wie bei den Holländern oder auch in Wien gibt es Gemeinschaftssaunen oder Bäder und es funktioniert dort. Das liegt vielleicht auch an der Mentalität der Menschen. Die Gemeinschaft muss dann damit auch verantwortungsvoll umgehen. Das wird in Deutschland auch ab und an gemacht, die Genossenschaften bieten auch Gemeinschaftsräume an. Da es immer Leute geben wird, die gegen die Regeln verstoßen, scheitert so etwas meist in Deutschland.

In China wird uns das ja schon vorgelebt, wohnen und leben in riesigen Komplexen.

STEFAN WULFF Die Chinesen machen das. Und in Europa sind die Holländer ganz weit vorn. Wir haben uns gerade ein Projekt angeschaut, bei dem genau dieses Thema „kompakt in kleinen Wohnungen“ aktuell ist und es tolle Gemeinschaftsräume gibt, die von Innenarchitekten eingerichtet sind. Man braucht zur Umsetzung solcher Ideen größere Einheiten an überbauter Fläche. Und in Deutschland wird auch gern aufs Geld geschaut. Das ist in anderen Ländern einfach anders.

Stefan, ein anderes Thema ist die Anbindung von Harburg an die City. Ist das eigentlich vom Tisch?

STEFAN WULFF Durch die Verlegung der Wilhelmsburger Reichsstraße passiert da ganz viel. Es wird Bauland frei für tausend Wohnungen mitten in der Stadt, zentral angebunden, mit der S-Bahn 5 Minuten vom Hauptbahnhof entfernt. Da kommt noch viel Interessantes auf Hamburg zu; und Hamburg wird weiter wachsen. Ich wäre dafür, eine Diskussion über alle Gesellschaftsschichten hinaus, mit den Kirchen und der Politik zu führen als breit angelegten Dialog: Wo will Hamburg hin? Wollen wir wachsen oder soll alles so bleiben, wie es ist? Hier fehlt ein bisschen die Strategie. Es gibt keine Vision. Sollten die Kleingartenflächen vielleicht an den Stadtrand verlegt werden, um Flächenpotenzial zu gewinnen?

Viele Menschen beschwerten sich, dass die letzten Oasen der Stadt in Bauland umgewandelt werden?

STEFAN WULFF Natürlich! Darüber muss man nachdenken. Wenn wir die Chance haben, als Stadt weiter zu wachsen, dann müssen wir das auch wollen, oder eben nicht. Keiner will die Grünflächen Hamburgs vernichten. Aber diese Dis-

kussion wird in der Gesellschaft nicht geführt, leider immer nur projektbezogen. Man muss in jedem Fall eine Strategie als Stadt haben und mit dem Thema behutsam umgehen.

Wo siehst du Hamburg im Vergleich zu anderen großen Metropolen, wie London oder Paris? Wo steht Hamburg und wie weit wird es sich entwickeln? Wo siehst du Hamburg in 50 Jahren?

STEFAN WULFF Das ist eine schwierige Frage. Ich würde mir für Hamburg wünschen, dass wir die zweitgrößte Stadt Deutschlands bleiben. Dass die Arbeitsmarktsituation gut bleibt und alle gut wohnen können. Wir sind im Moment auf dem Weg, dass die Menschen sagen: bitte nicht bei uns! Darum mache ich mir ein wenig Sorgen um die Entwicklung. Wir haben keine klare Strategie und brauchen eine Vision. Wollen wir Wirtschaftsstandort Nr. 1 werden? Dann benötigen wir eine Universität mit Top-Professoren. Wir dümpeln in der Hochschullandschaft im unteren Mittelfeld dahin, wir sind nirgendwo so richtig Top. Es muss ein klares Bekenntnis der Politik und auch der Bürger dieser Stadt geben, weil wir etwas Besonders erreichen wollen. Vielleicht besteht die Gefahr, dass wir zu selbstverliebt sind in die „schönste Stadt der Welt“.

„Unser Flughafen ist ein Regionalflygfeld, kein internationaler. Wir müssen mehr tun, damit Unternehmen nach Hamburg kommen.“

Wir leben in einer schönen Stadt. Wir sind natürlich auch verwöhnt durch den schönen Hafen und den stetig wachsenden Tourismus.

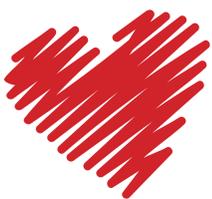
STEFAN WULFF Ja, das auf jeden Fall. Aber auch hier fehlt eine Vision, über die diskutiert und ein breiter Konsens gefunden werden muss. Und diese Diskussion kommt nicht in Gang. Im internationalen Vergleich werden wir nicht wahrgenommen. Unser Flughafen ist ein Regionalflygfeld, kein internationaler. Wir müssen mehr tun, damit Unternehmen nach Hamburg kommen. Internationale Firmen gehen nach Berlin, das ist selbstverständlich. Und junge Leute wollen auch nach Berlin.

Es fängt ja schon damit an, dass Wohnraum in Berlin wesentlich günstiger ist. Auch für junge Start-Up Unternehmen oder New-Economy Firmen sind die Büromieten viel günstiger.

STEFAN WULFF Vielleicht ergänze ich noch, dass meiner Meinung nach Unternehmen insgesamt mehr Verantwortung tragen müssten. Dass wieder mehr Betriebe eine Ausbildung anbieten und das Potenzial für gesellschaftliches Engagement beispielsweise durch Stiftungen noch viel höher wird. Das müsste noch mehr passieren. Wir dürfen nicht immer alles auf den Staat schieben, sondern sollten Dinge selbst in die Hand nehmen. Das halte ich schon für wichtig.



Das Herz am rechten Fleck



„Das kleine Herz im Zentrum“ ist eine Initiative unter der Schirmherrschaft von Jonica Jahr-Goedhart. Sie sammelt seit zwölf Jahren Spenden zugunsten herzkranker Kinder. Ihnen und ihren Familien soll ermöglicht werden, in einem kindgerechten Umfeld bestmöglich versorgt und betreut zu werden. Angesichts begrenzter öffentlicher Mittel hat es sich Jonica Jahr-Goedhart zur Aufgabe gemacht, zusätzliche finanzielle Mittel für die optimale Behandlung herzkranker Kinder am Universitären Herzzentrum Hamburg zu beschaffen.

Für diesen guten Zweck wurde ein Charity-Abend ins Leben gerufen. Bereits zum sechsten Mal lud sie, zusammen mit Prof. Dr. Dr. Hermann Reichenspurner und Prof. Dr. Stephan Willems vom UKE, zu dieser besonderen Charity-Gala ein. Alle Spenden, die eingenommen wurden, fließen direkt und zu 100 Prozent in die Kinderherzmedizin am Universitären Herzzentrum Hamburg im UKE.

Mit Hilfe des Kuratoriums (Das Herz im Zentrum) des Fördervereins, bestehend aus Edda Darboven, Günter Herz, Dr. Andreas Jacobs, Jonica Jahr-Goedhart, Barbara Karan, Prof. Dr. Thomas Meinertz, Prof. John Neumeier, Dorit Otto, Cornelia Poletto, Prof. Peter Schmidt, Frank Schriever, Dr. Thomas Wülfing und viele weiteren hilfsbereiten und bekannten Persönlichkeiten, wurden bisher knapp sechs Millionen Euro eingenommen.

Wir haben Jonica persönlich getroffen.

Das kleine Herz im Zentrum – erzähl unseren Lesern doch mal, was sich hinter dieser Stiftung verbirgt.

JONICA JAHR-GOEDHART „Das kleine Herz im Zentrum“ ist sozusagen die kleine Schwester von „Das Herz im Zentrum“. Es handelt sich hierbei um eine Stiftung zur Förderung der Herzstation im UKE hier in Hamburg. Sie hilft finanziell bei der medizinisch-technischen Ausstattung, der Gestaltung der Behandlungs- und Aufenthaltsräume sowie der Personalausstattung. Die Stiftung beschreibt ihren Zweck so: *„Herzkrankheiten gehören zu den ‚Geißeln‘ unserer Zeit. Davon betroffen sind nicht nur ältere Patienten, sondern vermehrt auch jüngere Altersgruppen und sogar Kinder. Deshalb ist es Aufgabe aller Verantwortlichen, den medizinischen Fortschritt zu beschleunigen und alles zu tun, um die Hoffnung auf eine unbeschwerte Zukunft zu ermöglichen.“* Das sogenannte „Kleine Herz im Zentrum“ fördert deshalb gezielt die Kinder-Herzstation am UKE.

Warum engagierst du dich gezielt für diesen Förderverein? Was ist dein Engagement?

JONICA Der Hauptanstoß für mein Engagement für „das kleine Herz im Zentrum“ waren meine eigenen Kinder. Ich habe das große Glück, vier gesunde Söhne zu haben. Wie ich tagtäglich durch meine Arbeit für die Stiftung sehe, ist das nicht selbstverständlich. Daher wollte ich etwas für die tun, die mit einem gesundheitlichen Handicap zur Welt kommen oder als Kind an einem solchen leiden. Dies können wir nicht der Stadt bzw. den öffentlichen Haushalten allein über-

lassen. Ich finde, die Bürger dieser Stadt, die es zeitlich und organisatorisch einrichten können, sollten versuchen, sich zu engagieren und im karitativen Bereich zusätzliche Leistungen im öffentlichen Interesse erbringen. Man wird natürlich von vielen nationalen und internationalen Organisationen angeschrieben, ob man sich nicht engagieren oder spenden möchte. Vor 12 Jahren habe ich für mich die Entscheidung getroffen, mich für eine Stiftung einzusetzen, die explizit in Hamburg tätig ist. Ich möchte, dass das, was wir durch die Veranstaltungen oder durch die Spenden einnehmen, eins zu eins da ankommt, wo es ankommen soll. Als Schirmherrin und Organisatorin vor Ort bin ich in der Lage zu kontrollieren und kann die Spenden konkret einsetzen, wo sie benötigt werden.

Wer ist auf die Idee gekommen, eine jährlich wiederkehrende Charity-Gala ins Leben zu rufen?

JONICA Ursprünglich waren das Edda Darboven und Prof. Dr. Dr. Hermann Reichenspurner. Im Jahr 2005 wurde der Förderverein „Das Herz im Zentrum“ gegründet und die erste Veranstaltung fand ein Jahr später statt. Dann haben wir „Das kleine Herz im Zentrum“ ins Leben gerufen. Edda Darboven meinte, neben der Zielgruppe, die wir bis dato ansprachen, ältere Menschen, Erwachsene eben, gebe es leider auch viele Kinder mit angeborenen Herzfehlern, um die man sich kümmern sollte. Und so suchte sie jemanden, der gut vernetzt war und sich in der gleichen Lebensphase befindet wie die Eltern, deren Kinder von diesem Schicksal betroffen sind. Deshalb hat sie mich angesprochen.



Prof. Dr. med. Hermann Reichenspurner (UKE), Barbara Karan (Unterstützerin), Gabi Bauer (Journalistin und Fernsehmoderatorin) und Prof. Dr. Stephan Willems (UKE)



Jorge Gonzales (TV-Entertainer und Model) und John Neumeier (Ballettdirektor)



Sänger Johannes Oerding



Katharina Otto-Bernstein (Regisseurin), Alexander Otto (ECE Projektmanagement) und Dorit Otto (Kuratoriumsmitglied)



Elvira Netzer mit Ehemann Günter Netzer (ehemaliger deutscher Fußballprofi)

Ihr habt ein tolles Kuratorium zusammengestellt. Liegt es daran, dass ihr gefühlt mehr Gelder einsammelt als andere Organisationen?

JONICA Nein, der finanzielle Erfolg allein macht noch kein gut funktionierendes Kuratorium. Aber das soziale Netzwerk in Hamburg ist stark. Es gibt ein vielfältiges bürgerliches Engagement, das sich eben auch bei uns widerspiegelt. Viele der Kuratoren kennen sich privat oder aus beruflichen Gründen. Hinzu kommt die überzeugende Arbeit der Ärzte und Pfleger, repräsentiert durch die Chefärzte, sowie unsere Förderverein-Vorsitzende, Barbara Karan. Das macht die Mitarbeit in einem solchen Gremium attraktiv.

Gibt es Vorurteile, mit denen ihr beim Geldsammeln umgehen müsst? Gibt es Schwierigkeiten auf die ihr stoßt?

JONICA Ich würde sagen eher weniger, sogar das Gegenteil ist der Fall. Dass wir jedes Jahr pro Veranstaltung um die 200-250 Tausend Euro einsammeln können, spricht ja dafür, dass die Gäste bzw. die Hamburger unsere Projekte unterstützen und gut finden, wofür wir uns einsetzen.

Jonica, du bist Mutter von 4 Kindern. Ideen wie Weihnachtsbasteln, Entenrennen, sämtliche Benefizkonzerte und diverse Aktionen laufen alle über deinen Tisch oder habt ihr eine Aufteilung im Kuratorium? Ist das viel geworden vom Arbeitsvolumen, wie schaffst du das zeitlich?

JONICA Klar, es ist viel Arbeit: Aber es ist für mich auch eine wirkliche Herzensangelegenheit etwas Gutes zu tun und damit viel für die kleinen Patienten zu erreichen. Da bin ich

dann auch ehrgeizig und engagiere mich gern. Ohne Disziplin und Organisation ist das nicht zu machen – aber das kenne ich ja schon von meiner Familie (lacht). Und ich muss ehrlich sagen, dass ich mich nach 12 Jahren, in denen ich mich hier engagiere, freue, dass die Arbeit verstanden und honoriert wird. Ich merke das monatlich an den Eingängen auf dem Spenden-Konto. Die Spenden kommen inzwischen auch vermehrt außerhalb der Gala-Abende herein. Da sind Freunde, die Geburtstag haben und statt der Geschenke für ‚mein kleines Herz‘ sammeln. Oder es wird anlässlich von Firmenjubiläen gespendet. Manchmal ist es auch ein trauriger Anlass, wenn z.B. jemand gestorben ist und dann für „Das kleine Herz“ Spenden gesammelt werden, um seiner/ihrer zu gedenken. Es gibt also inzwischen schon eine gewisse Eigendynamik beim Spendensammeln. Die Gala steht allerdings nach wie vor im Mittelpunkt der Aktivitäten. Das Kuratorium und ich als Schirmherrin sind da in der Verantwortung. Und die Mischung macht´s: Jedes Kuratoriumsmitglied trägt seinen Teil dazu bei, für die Veranstaltungen möglichst viele Gäste anzusprechen. Wenn einer jemanden aus dem Kunstbereich kennt, aus der Wirtschaft oder aus den Medien, ist das schon ein guter Mix für den Abend, d.h. für die Zusammenstellung der Gästeliste. Und das ist sicherlich auch das Pfund unseres Kuratoriums, dass alle sehr gut vernetzt sind und gern zusammen arbeiten.

Plant ihr neue Projekte?

JONICA Wir haben - wie gesagt - die jährlichen Events. Ich beginne bereits ein Jahr im Voraus damit, die sogenannte „kleine



Journalistin Isabell und Sportjournalist und Moderator Gerhard Delling



Hellen & Marc Bator, Nachrichtensprecher und Redakteur



Björn & Kirsten Dahler, Dahler & Company



Hannelore Elsner und Sebastian Knauer



Verona Pooth (Moderatorin) und Chris Ehrlich (Ehrlich Brothers)



Jonica Jahr und Johannes B. Kerner



Sängerin Ina Müller



Dana Schweiger (Bellybutton)



Nils Behrens und Anita Lischke
(beide GF Lans Medicum Hamburg)



Mirja Bauer und Ehemann
Sven-Olof Reimers,
Bauer Media Group



Uwe Schröder (Aufsichtsrats-
vorsitzender Tom Tailor)
und Judith Schröder

Herz-Gala“ zu planen. Ich gucke mir interessante Künstler an und frage beim Management nach, ob es in deren Tour-Plan passt. Zum Beispiel sind bei uns vor zwei Jahren die Ehrlich Brothers aufgetreten. Die waren damals mit ihrer Tournee fertig und sind dann extra auf eigene Kosten nach Hamburg gekommen, um Teile ihres aktuellen Programms bei uns aufzuführen. Die Künstler anzuschreiben, dran zu bleiben, zu gucken, ob alles passt, braucht viel Zeit. Hinzu kommt die Organisation der Location, des Caterings, der Dekoration und der Gästeliste. Da bleibt für Sonder-Aktionen nicht viel Zeit. Klar mache ich mal Knusperhausbacken oder kleine Aktionen zwischendurch auf der Station. Aber die eigentliche Veranstaltung ist die große Gala. Und die Nachbereitung ist auch nicht ohne. Jeden Brief an die einzelnen Spender, egal ob er am Abend teilnimmt oder nicht, schreibe ich selbst. Das sind immer so um die 400 bis 500 Briefe.

Gibt es einen Ausgleich in deinem Leben?

JONICA Meine Familie ist mein Ausgleich.

Auf was könntest du in deinem Leben nicht verzichten?

JONICA Auf meinen Mann, meine Söhne, meine Familie und enge Freunde.

Für welche drei Dinge bist du in deinem Leben am dankbarsten?

JONICA Ich bin für mein ganzes Leben dankbar. Es ist ein Geschenk gesunde Kinder zu haben und die Umstände, unter denen wir hier leben nicht minder. Mit dem Gedanken, dass das nicht selbstverständlich ist, bin ich groß geworden. Und es ist sicherlich auch ein Antrieb zu sagen, dann tue ich etwas für die, denen es nicht so gut geht. Gesund zu sein, eine Familie zu haben und einen Beruf bzw. eine Tätigkeit auszuüben, die Sinn und Spaß macht. Ja, das macht mich dankbar.

.....
ONLINE www.herz-im-zentrum.de



Fernsehmoderator, Fußballkommentator und Sänger
Reinhold Beckmann mit Gitarre und Band

MILLIONENPROJEKT THE FONTENAY

Die Vision: „Das beste Hotel Deutschlands und eines der besten Hotels in Europa“, so der Plan von Investor Klaus-Michael Kühne, eröffnet an der Stelle des im Januar 2013 geschlossenen Hotels InterContinental an der Fontenay 10 in Rotherbaum.





Das beeindruckende Atrium ist 27 Meter hoch.





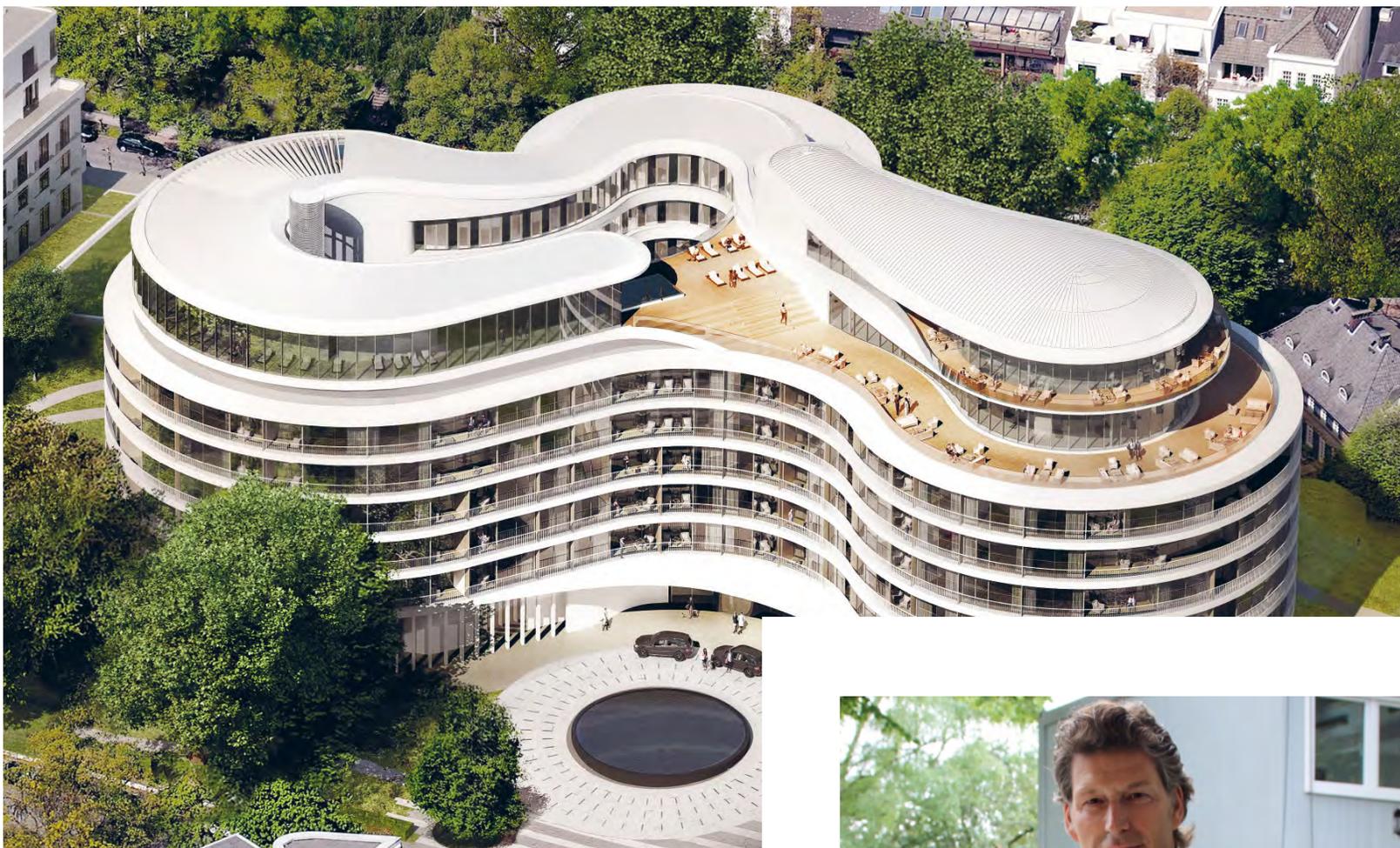
Direkt an der Außenalster, an einem der schönsten Plätze im Herzen der Hansestadt und nur wenige Gehminuten vom Jungfernstieg entfernt gelegen, ist The Fontenay die perfekte Balance aus Naturverbundenheit und Urbanität.

The Fontenay ist ein Abbild des modernen Hamburg – eine Hommage an die Hansestadt. Das neue Luxushotel kommt genau zur richtigen Zeit und ist maßgeschneidert für die vielen nationalen und internationalen Gäste, die Hamburg neu- oder wiederentdecken.

„Hotel im Park“ – so betitelte Architekt Jan Störmer seine ersten Gedanken als er mit den Entwürfen begann. Entstanden ist eine faszinierende, organische Form aus drei verschliffenen Kreisen, die ineinander verschmelzen und sich fließend in

die landschaftliche Umgebung einfügen. Die lichtdurchfluteten Räume geben dem Gast das Gefühl, sich unmittelbar in der städtischen Natur zu befinden. Das Herzstück im Inneren bilden zwei imposante offene Räume, der begrünte Patio und das 27m hohe Atrium, das von einer zarten Lichtinstallation in Szene gesetzt wird.

Modernes Understatement charakterisiert die 114 Zimmer und 17 Suiten des The Fontenay, viele mit fantastischem Blick auf die Alster. Große Panoramafenster eröffnen lichtdurchflutete Freiräume, private Balkone und Terrassen lassen die Grenzen zwischen Drinnen und Draußen verschwimmen und sorgen für ein einzigartiges Wohngefühl. Die beiden Top-Suiten erstrecken sich über die gesamte Alsterfront und bieten spektakuläre Aussichten.



Thies Sponholz ist der geschäftsführende Direktor des neuen Hamburger Luxushotels. Als gelernter Restaurantfachmann und Hotelbetriebswirt mit Cornell-Meriten beeindruckt Sponholz als Hoteldirektor mit einer langjährigen Hotellerielaufbahn und hochkarätigen Stationen.

Die Ankündigung von Klaus-Michael Kühne, Hotel-eigentümer des The Fontenay, „das beste Hotel Deutschlands zu werden“, bestätigte Thies Sponholz mit der Aussage „Diesen Anspruch haben wir. The Fontenay will das Beste liefern.“

THE FONTENAY Hamburg

Fontenay 10 · 20354 Hamburg

T +49 (0) 40 605 6 605-0

F +49 (0)40 605 6 605-888

www.thefontenay.de · info@thefontenay.de

CORNELIUS SPEINLE, CHEFKOCH IM THE FONTENAY

Er hat unter Klaus Erfort, Peter Moser und Heston Blumenthal gelernt und wollte nie etwas anderes werden als Koch. Von seiner Familie inspiriert, die Essen und Trinken seit jeher zelebriert, hat Cornelius bis heute schon vieles erreicht. Er ist 31 Jahre alt und hat als Koch eine bemerkenswerte Karriere mit mehreren Stationen in Drei-Sterne-Küchen hingelegt. 2014 eröffnete er in der Schweiz das „drei 10 Sinne im Huuswurz“ und erkochte schon im ersten Jahr seinen ersten eigenen Stern und wurde mit diversen Ehrungen ausgezeichnet. Der neue Küchenchef des Gourmet-Restaurants Lakeside im Hamburger Luxushotel „The Fontenay“ kann auf eine eindrucksvolle Karrierelaufbahn zurückblicken und seinen kreativen und zeitgemäßen Küchenstil verwirklichen.

Wie wollen sie es schaffen, dass das Gourmet-Restaurant im siebten Stock mit grandiosem Alsterblick eine feste Größe in der Stadt wird?

CORNELIUS SPEINLE Ich trete mit einem großartigen und sehr motivierten Team an. Um mich herum arbeiten 13 Kollegen in der Küche mit spannenden und auch internationalen Erfahrungen. Mit Teamgeist, Experimentierfreude, Trendgespür und ohne uns selbst zu ernst zu nehmen, möchten wir ein tolles Erlebnis für unsere Gäste schaffen.

Was ist das Besondere an Ihrem Konzept und was unterscheidet Ihre Küche von anderen - in Hamburg - bestehenden Sterneküchen?

Wir sind mit dem Lakeside im siebten Stock des The Fontenay und haben ein wunderschönes Hamburg-Panorama auf die Alster und die grüne Nachbarschaft. Die Klarheit des Restaurants in warmen Weißtönen spiegelt die Leichtigkeit der umgebenden Natur wieder. Jeder Koch hat seine eigene Handschrift, das macht die Vielfältigkeit und das Spannende in der Sterneküche aus. Wir gehen unverkrampft und locker, aber dennoch hoch professionell und sympathisch an das Thema Fine Dining heran. Somit haben wir ein unvergleich-

liches Gesamtkonzept, bei dem sich die Gäste sicher wohlfühlen werden.

Sie waren in der Schweiz mit Ihrem Restaurant „drei 10 Sinne“ erfolgreich, das „Gästehaus Erfort“ in Saarbrücken, das Restaurant „Jaan par Andre“ im Swisshotel „The Stamford“ in Singapur und „The Fat Duck“ in Bray in England gehören zu Stationen Ihres Werdeganges. Besonders Japan hat sie geprägt. Welchen Einfluss hat die internationale Küche auf sie und wird es sich im Fine-Dining-Restaurant weltweit widerspiegeln und sind regionale Spezialitäten ein großes Thema?

Mein moderner Küchenstil kombiniert internationale Einflüsse mit ausnahmsloser Produktqualität, die sich in handwerklicher Perfektion leicht und kreativ zu maximaler Geschmacksintensität verbinden. Es ist eine sehr aufwändige Küche, in der ich mit meiner Neugier als Koch innovative Techniken einsetze, ohne die klassischen Wurzeln zu vernachlässigen. Man sieht und weiß, was man isst.

Viele moderne Küchen verfügen über eine Showküche. Warum wurde sich im The Fontenay dagegen entschieden?

Unsere Küche steht Gästen auch gern mal offen und ich kann versichern, dass sich unser Küchenteam auch im Restaurant-Bereich zeigen wird. Daher braucht es aus unserer Sicht keine Show-Küche.

Wird es ein festes Menü geben?

Wir werden abends ein Acht-Gang-Menü anbieten, das auch auf fünf Gänge reduziert werden kann. Zusätzlich gibt es auch À-la-Carte Gerichte. Mittags gibt es ein Drei- oder Viergang-Menü.

Was begeistert sie am meisten in Ihrem Beruf und woher kommen Ihre Inspirationen?

Die Begeisterung, mit hochwertigen Lebensmitteln zu arbeiten ist täglich vorhanden. Unser Beruf ist außergewöhnlich und spannend zugleich. Die Inspiration für die Gerichte kann von überall herkommen. Der Duft, wenn man durch den feuchten Wald läuft,

die saisonalen Zutaten die man beim Wochenmarkt entdeckt oder aber auch durch Formen der Architektur, wenn man eine Kirche oder ein Museum besucht. Als Koch darf man kreativ sein, muss aber auch sein Handwerk beherrschen.

Ist Ihnen ein besonders unangenehmes Malheur in der Küche im Gedächtnis geblieben, wenn ja welches?

Nein, wir sind alle Profis genug um die Situation rechtzeitig einzuschätzen. Allerdings haben mich viele Gäste bei der Besichtigung der Mini Küche mit nur zwei Herdplatten in meinem Restaurant in der Schweiz ungläubig gefragt ob man dort „wirklich“ gekocht hätte. Das war schon sehr amüsant....

Zu guter Letzt noch die Frage: Die Erwartungshaltung einen Stern zu erkochen ist immens groß. Wie macht sich der Druck bei ihnen bemerkbar und welche Strategie verfolgen sie, um den ersehnten ersten Stern zu bekommen?

Strategien oder Druck gibt es bei mir nicht. Das wirkt sich meist negativ aus. Ich habe ein hervorragendes Team und ein fantastisches Restaurant. Wir möchten einfach richtig gut kochen und im Lakeside etwas Besonderes, auch in enger Zusammenarbeit mit dem Serviceteam und den Sommeliers, erschaffen. Alles andere zeigt sich dann.



PERFORMER IN HÖRNUM

Ein Interview von Pia Möller und Gunnar Henke.

Bekannt wurde Rolf E. Brönnimann als Projektleiter für diverse Hotelneu- und -umbauten. Seine Beratertätigkeit brachte ihn von Zürich aus nach Hamburg, Köln und München, über Istanbul und Bukarest bis nach Vietnam, und dann sogar in die Mongolei. Das bekannteste seiner Objekte ist das für die Four Seasons-Gruppe gebaute und von Brönnimann eröffnete Hotel „Domaine de Terre Blanche“ in Südfrankreich.

Seine Karriere begann in den 1970er-Jahren an der Hotelfachschule Lausanne, später arbeitete Rolf E. Brönnimann unter anderem beim Grand Hotel Victoria-Jungfrau in Interlaken, im Bürgenstock Resort in Zürich und in Wien. Seit 2012 führt der gebürtige Schweizer das 5-Sterne-Superior-Hotel Budersand an der Südspitze der besonders bei vielen Hamburgern beliebten Insel Sylt. Er wurde zum Hotelier des Jahres ausgezeichnet. Damit löste er einen wahren Medienhype für seine Arbeit auf Sylt aus.

Lieber Rolf, du hast diverse Auszeichnungen bekommen. Was ist das Geheimnis deines Erfolges?

ROLF E. BRÖNNIMANN Die Auszeichnungen sind mir verliehen worden (Hotelier des Jahres), weil es mir und meinem Team gelungen ist, das Haus Budersand kontinuierlich weiterzuentwickeln und im deutschen Markt in relativ kurzer Zeit an die Spitze der deutschen Hotellerie zu bringen. Ich betone aber, dass dieser Preis nicht mein Verdienst alleine ist, denn ohne mein Team mit ambitionierten Mitarbeitern, sind dieser und auch alle anderen Preise nicht zu erreichen. Das ist eine klare Teamleistung und ich bin nur derjenige, der den Preis in Empfang nehmen durfte.

Daraufhin haben mich die Schweizer zum Auslandshotelier des Jahres gekürt und der Gault & Millau, Schweiz noch zum Star im Ausland. Das sind schöne Preise am Ende einer langen Karriere, das will ich nicht leugnen. Aber auch da gilt, ohne das passende Team wäre das nicht möglich gewesen.

Du hast viele schöne Ecken dieser Welt gesehen, viele Projekte umgesetzt. Was hat dich als Schweizer motiviert auf die Insel Sylt zu kommen?

ROLF E. BRÖNNIMANN Als die Familie Ebert mich fragte, ob ich Sie unterstützen könnte, mit meiner Erfahrung Budersand







real werden zu lassen, war ich am 8. Juni 2006 zum ersten Mal auf der Insel und wohnte im Hotel Vier Jahreszeiten in Westerland in einem heimeligen Mansardenzimmer. Als ich dann über die Düne zum Strand ging, erlebte ich ein Wow der Sonderklasse und dachte mir – das ist der Hammer! Ich setzte mich bei Vollmond in einen Strandkorb und ließ die Insel und die Nordsee auf mich wirken und von da an war es um mich geschehen.

Hast du ab der ersten Minute an Hörnum geglaubt und hattest du eine Vision? Gab es Parameter, die du gesehen hast, weit bevor viele andere sie gesehen haben?

ROLF E. BRÖNNIMANN Die Idee oder die Vision hatte Claudia Ebert, denn sie ist wohl die mutigste Frau, die mir zuweilen untergekommen ist. Zumal sie rund um sich Menschen geschart hat, die alles zum ersten Mal im Leben getan haben. Angefangen mit Architekten, Innenarchitekten, Golf-Platz-Architekten, Ingenieuren – für jeden war es das erste Mal, mit Ausnahme von mir, der schon viele Hotels baulich betreut oder umgebaut hat.

Deine Aufgaben haben sich in Richtung Consulting, Planung und Konzeption entwickelt. Du hast diverse Häuser erfolgreich erschaffen und übergeben. Doch warum hast du den Weg wieder zurück nach Sylt als Hoteldirektor gewählt?

ROLF E. BRÖNNIMANN Eines meiner letzten Projekte die ich re-

alisiert habe, war das Castillo Son Claret auf Mallorca von Klaus Michael Kühne sowie ein Projekt in Vietnam und in der Mongolei. Um ehrlich zu sein, hatte ich das viele Reisen satt. Man verliert zu viel Lebenszeit, was einfach nur ineffizient ist. Als mich Claudia Ebert bat, Ihr Haus zu übernehmen, hat das zu diesem Zeitpunkt in mein Leben bzw. in diesen Lebensabschnitt gepasst und ich bereue diese Entscheidung keine Sekunde.

Bist du Perfektionist? Der Betrieb läuft schon seit 10 Jahren, das Hotel ist immer noch im tadellosem Zustand und sieht noch aus wie neu.

ROLF E. BRÖNNIMANN Ja, ich bin ein Perfektionist, was mir zuweilen nicht immer zugutekommt. Man sieht ständig Dinge, die nicht perfekt ablaufen oder funktionieren und man muss permanent dabei sein, egal ob Zigarettenkippen auf dem Parkplatz liegen, oder die Tische und Stühle, die nicht richtig stehen. Bei unseren relativ hohen Preisen – wir zählen zu den teuersten Hotels in Deutschland – darf der Gast ein tadelloses Haus erwarten und daher setzen wir mit unserem technischen Dienst, der acht Mitarbeiter umfasst, alles daran, dass die Immobilie und auch die dazugehörigen Mitarbeiterunterkünfte stets in tadellosem Zustand sind. Ich, sowie die Eigentümer, betrachten es als Werterhaltung und wollen von dieser Strategie nicht abweichen, sowie wir auch von der Preisgestaltung nicht abweichen wollen. Ich halte es mit der Devise: Was nichts kostet, ist auch nichts wert und Qualität geht immer vor Quantität.

Du bietest sogenannte „Green Rooms“ an, die man gegen einen Aufpreis von 40 Euro buchen kann. Das Zimmer wird mit Biowäsche und biozertifizierten Produkten ausgestattet. Wie wurde es bisher angenommen und siehst du darin eine zukunftsweisende Vision?

ROLF E. BRÖNNIMANN Ja, das ist ein erster Beitrag zu Nachhaltigkeit und diese Zimmer werden sehr gut angenommen, sodass wir uns überlegen, mehr Zimmer mit diesem Label auszustatten.

„Was die digitale Infrastruktur angeht, sind Asiaten viel höhere Standards gewöhnt.“

Die Hotellerie verändert sich. Der Tourismusmarkt boomt in Deutschland und hat ein Wachstum von ca. acht Prozent. Doch schafft es Deutschland diesen Markt zu bedienen, wenn man bedenkt, dass rund 10 Millionen Chinesen jährlich kommen, jedoch mehr als 100 Millionen kommen wollen?

ROLF E. BRÖNNIMANN Der Tourismusmarkt ist einer der wenigen Märkte, die seit geraumer Zeit gemäß WTO (World Tourism Organisation) Jahr für Jahr weltweites Wachstum generieren. Der Markt wird mit der zunehmender Reisetätigkeit der asiatischen Bevölkerung auch weiterhin steigen, ganz abgesehen davon, dass auch Indien in den nächsten Jahren ein sehr großes Potenzial aufweisen wird. Ich mache mir darum keine großen Sorgen, was Deutschland betrifft. Zumal in der Vergangenheit enorm viel in die touristische Infrastruktur in Deutschland investiert wurde. Lediglich was die Digitalisierung und die damit verbundene Infrastruktur angeht muss sich Deutschland oder generell Europa sehr bemühen, denn die asiatische Bevölkerung ist zuweilen an viel höhere Standards gewöhnt.

Die Insel Sylt steht für abwechslungsreiche und gehobene Gastronomie und für ihre besondere Natur. Du hast Kunst & Literatur ins Haus gebracht, wer oder was hat dich dazu animiert oder inspiriert und gibt es eine Entstehungsgeschichte zu der umfangreichen Bibliothek und den Literaturtagen?

ROLF E. BRÖNNIMANN Mit dem Wunsch von Claudia Ebert, eine Bibliothek im Budersand zu integrieren, kam die Idee, Elke Heidenreich ein inhaltliches Konzept für die Bibliothek erstellen zu lassen. Und somit wurde qualitative Literatur im Budersand zu einer Kernkompetenz. Mit dem LIWO (Langes Wochenende der Literatur) im November konnte ich dann auch meine Kollegen der Privathotels überzeugen, sich uns anzuschließen. Und so führen wir das LIWO in diesem Jahr bereits zum fünften Mal durch, bei dem sich die „Crème de la Crème“ der deutschsprachigen Autoren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz förmlich die Klinke in die Hand geben. Was die Kunst im Haus angeht, kann ich mit Stolz sagen, dass Budersand mit Sicherheit die größte zeitgenössische Kunstsammlung auf Sylt beherbergt. Unter anderem von H.C. Ottersbach, Frank Worth, G. Gorstner, J. Beuys, R.Root, um nur

einige zu nennen. Weil die Eigentümerin und ihre Familie der Kunst sehr zugetan sind, gibt es auch in jedem Zimmer einen Bildband zu den einzelnen Werken mit dem Titel „Bilder der Zeit, Zeit für Bilder – zeitgenössische Kunst im Hotel“.

Neue kleine Hotels wie das 54 Grad Nord, fabelhafte Restaurants wie das Möller's Anker und ein prämierter Golfplatz. Ist Hörnum noch ein Geheimtipp?

ROLF E. BRÖNNIMANN Ja, ich glaube an Hörnum, und dass sich dieses Dorf weiterentwickelt und in der Tat ein Geheimtipp ist. Denn mit der Entwicklung des Hafens wird sich Hörnum noch einmal drastisch verändern. Im Hinblick auf die Zukunft wird es zusätzliches Gewerbe anziehen und sich einen sicheren Platz auf der Insel sichern. Darüber hinaus empfinde ich auch die Einwohnerentwicklung in Hörnum mit jungen Familien und bezahlbaren Wohnungen für Einheimische als exemplarisches Beispiel für andere Dörfer auf Sylt und dies hat die Gemeinde ebenfalls in großem Maße der Familie Ebert zu verdanken.



Interessengemeinschaft zum Hörnum Hafen

Zusammensetzung besteht aus: Sven Paulsen, Arne Weber, Muschelfischer, R.E. Brönnimann, Simon Ebert, Ole von Beust, Sylter Yacht Club (situativ) Gemeindevertretung CDU und Freie.

Der Hörnummer Hafen liegt als „Roh-Diamant“ direkt vor eurer Tür und es gibt eine Interessengemeinschaft zum Hörnum Hafen. Wie ist der Status quo?

ROLF E. BRÖNNIMANN Vor gut eineinhalb Jahren habe ich die Anrainer des Hafens inklusive der Gemeinde wieder an einen Tisch geholt mit dem klaren Ziel, eine Entwicklungsgesellschaft zu gründen und mit privaten Mitteln den Dornröschenschlaf des Projektes zu beenden. Ich habe Arne Weber von der Firma Hagemann Bau in Hamburg gebeten mir dabei zu helfen. Er hat viel Erfahrung im Bau von Hafenanlagen und ist mir ein lieber Freund. Wir haben in der Person von Ole von Beust einen erfahrenen Politiker ins Boot geholt, der uns helfen sollte, unser Anliegen bei den unterschiedlichen Behörden vorzutragen und das Verständnis der Gemeinde als auch der übergeordneten Gremien, wie BIMA oder Wasserschiffahrtsamt zu schärfen. Zum damaligen Zeitpunkt wollte die BIMA den Hafen zum Nulltarif oder zu einem symbolischen Betrag an die Gemeinde Hörnum übertragen. Im letzten Oktober kam dann die Kehrtwende der aktuellen Eigentümer des Hafens und zurzeit wird eine Studie erstellt, die belegen soll, zu welchem Preis der Hafen an die Gemeinde veräußert werden kann, womit wir wieder am Anfang stehen und die Planung um Jahre zurückgeworfen wurde. Dies ist nicht nur für mich sondern auch für alle Beteiligten eine sehr frustrierende Situation. Aber solche Rückschläge gehören bei derartigen Projekten eben auch dazu und dies wird sicher nicht der Letzte sein. Wichtig ist indes, dass sich die Personen, die sich gefunden haben um dieses Projekt

nach vorne zu bringen, nicht entmutigen lassen und ihr Ziel nicht aus den Augen verlieren. Positiv an der ganzen Sache ist, dass man einen Architekturwettbewerb ausgeschrieben hat, der von der Bevölkerung Hörnums im Grundsatz positiv aufgenommen wurde. Das Büro Gerkan Marg & Partner in Zusammenarbeit mit dem Büro Patrick Dierks haben den Wettbewerb gewonnen und so gibt es eine Visualisierung. Somit sind wir schon einen großen Schritt weiter.

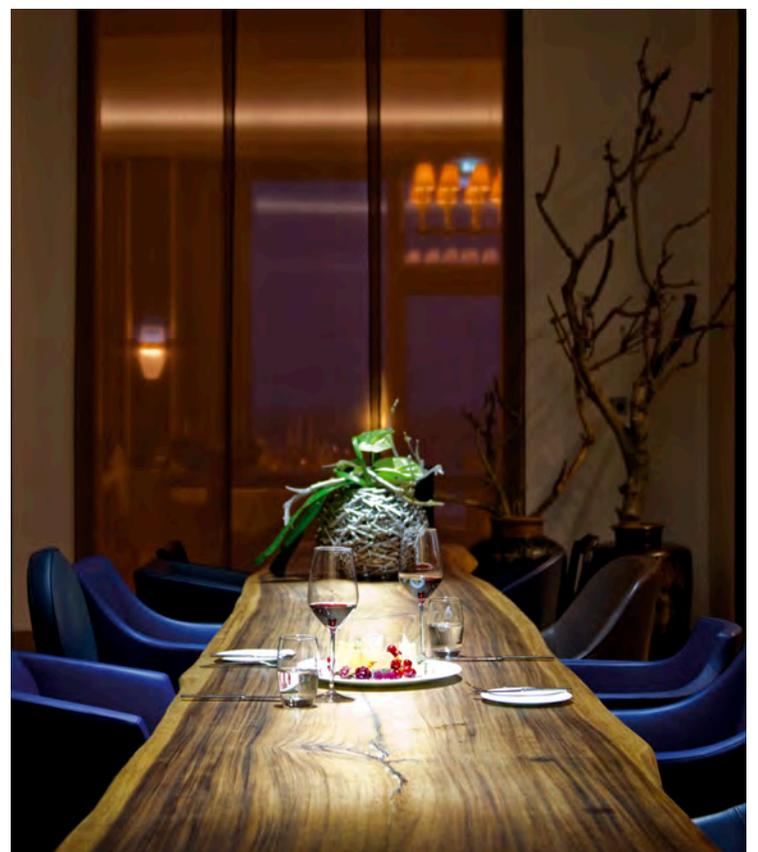
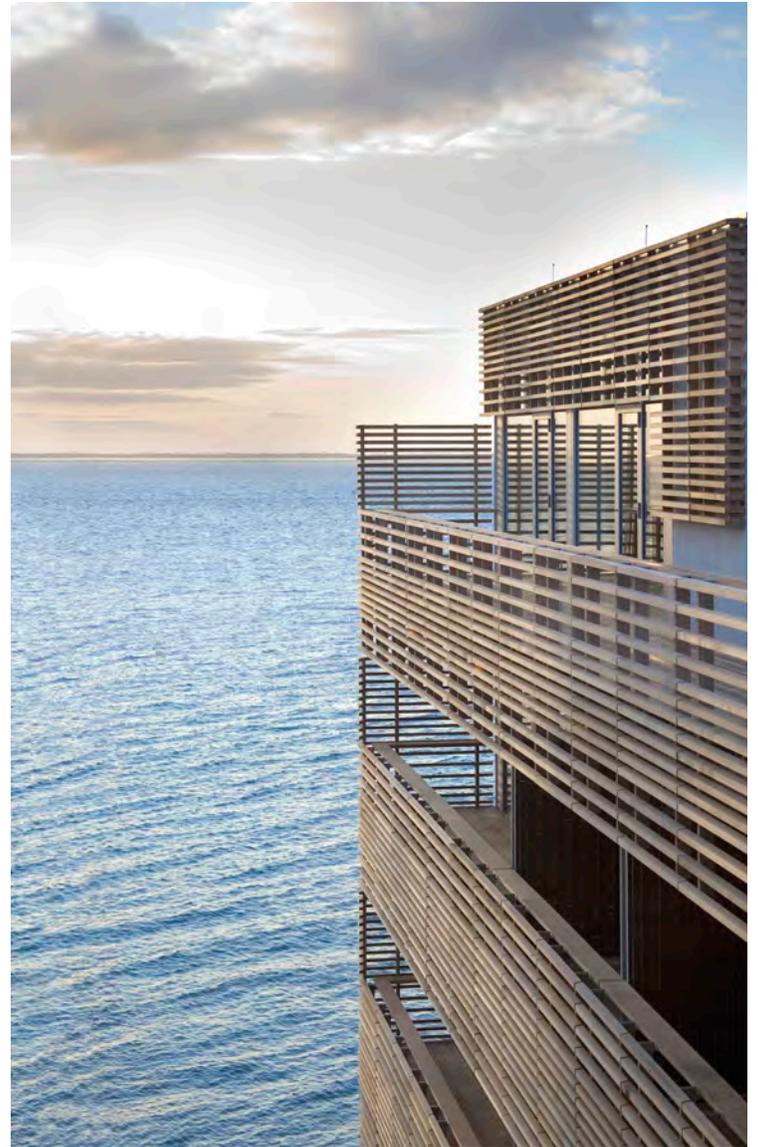
„Jede Gemeinde muss ihr eigenes touristisches Leitbild schaffen.“

Die Entwicklung der Insel sehen einige Leute als kritisch, insbesondere durch fehlende nachhaltige Konzepte der einheitlich orientierten gemeindeübergreifenden Interessengemeinschaften. Was wären deine Wünsche und die Vision zu diesem Thema?

ROLF E. BRÖNNIMANN Es muss meines Erachtens dringend für jede Gemeinde ein eigenes touristisches Leitbild geschaffen werden, damit man sich untereinander in der Ausrichtung nicht kannibalisiert. Mit anderen Worten: Jede Gemeinde sollte ihre Stärken herausarbeiten und definieren wofür sie steht. Die Gemeinde Hörnum sehe ich mit ihrem Hafen besonders geeignet für alle Wassersportarten wie Segeln, Motorbootfahren, Stand-up-Paddling, Kite- oder Windsurfen. Der Hafen sollte auch mehr für Events genutzt werden, vorausgesetzt die Mole wird wieder begehbar. Denkbar sind auch besondere Events wie Beach Polo oder Beach Volleyball. Aber auch das Golfspielen auf Deutschlands Golfplatz Nr. 1 (Golf Digest), der Ausbau der Camping-Infrastruktur, die Entwicklung weiterer Hotels aller Kategorien als auch Ferienwohnungen müssen gefördert werden und sind notwendig für eine positive Entwicklung Hörnums. Überdies sollte auch verkehrspolitisch umgedacht werden: Die Straße bei Edeka in Richtung Lund sollte komplett autofrei werden und auch die Verkehrssituation in Hörnum sollte dringend überdacht werden.

Deine aktive Zeit im Budersand neigt sich dieses Jahr dem Ende zu. Mit deiner koreanisch-stämmigen Frau Ji, die u.a. in diesem Jahr ihren Dokortitel in Kunstgeschichte machen möchte und euren 2 kleinen Töchtern, hast du bestimmt weitere zukunftsorientierte Perspektiven...

ROLF E. BRÖNNIMANN In der Tat hatte ich noch einmal das Glück, eine Familie gründen zu dürfen mit meiner wunderbaren aus Südkorea stammenden Frau. Dank dem neuen Projekt an der Heide konnten wir auch ein Eigenheim erwerben, in dem wir uns sehr wohl fühlen. Es ist aber korrekt, dass ich die Direktion von Budersand zum Ende des Jahres 2018 in jüngere Hände übergeben werde, um mich noch einmal neuen Herausforderungen zu stellen. Ich habe diverse Ideen, aber noch nichts Konkretes in Sicht und so werden wir Hörnum zuerst einmal erhalten bleiben. Aber ich denke dass wir eher wieder in Richtung Schweiz ziehen, wo auch meine Firma die SH Swiss Hospitality Group AG beheimatet ist.





ES KOMMT
AUF DIE
ZUGÄNGE AN.

Die 1870 in München gegründete Privatbank Merck Finck verwaltet in Deutschland rund 10 Mrd. EUR Vermögen. Neben dem klassischen Vermögenverwaltungsgeschäft betätigt sich das Bankhaus auch im Immobilienbereich. Philipp Stodtmeister verantwortet das Immobiliengeschäft an den Standorten Hamburg und Berlin. Wir haben ihn zum Interview am Alstertor 17 getroffen.

Was machen sie bei Merck Finck?

PHILIPP STODTMEISTER Merck Finck ist eine klassische Privatbank. Unser Fokus liegt auf der strategischen Vermögensallokation unserer Mandaten. Hierbei haben Immobilien schon immer eine große Bedeutung, was in den letzten Jahren nochmals stark zugenommen hat. Die Gründe hierfür sind vielfältig. Einer ist mit Sicherheit die Entwicklung der Zinskurve. Ich kümmere mich seit einigen Jahren in Norddeutschland – an den Standorten Hamburg, Berlin und oftmals auch auf Sylt – um die Immobilientransaktionen unserer Mandanten.

Was bedeutet Immobiliengeschäft in ihrem Haus?

PHILIPP STODTMEISTER Am Ende geht es in der jetzigen Phase um den Zugang zu Objekten, die nicht offiziell am Markt sind. Wir verschaffen unseren Mandaten und unseren Geschäftspartnern Zugang zu sogenannten Off-Market Objekten. Hierbei ist die Bandbreite groß: Wir begleiten Immobilientransaktionen von Mehrfamilienhäusern in Harvestehude oder in Berlin-Mitte über Meerblick-Anwesen auf Sylt bis hin zu großvolumigen Projektentwicklungsgrundstücken. Hierbei stellen wir unseren Mandaten auch Netzwerke für die juristische und technische Prüfung der Objekte zur Verfügung. Dabei legen wir größten Wert auf Vertraulichkeit und Diskretion. In der Regel finden die Transaktionen geräuschlos statt.

Wie beurteilen sie den Wohnimmobilienmarkt in Hamburg und Berlin?

PHILIPP STODTMEISTER Vollkommen heterogen. In den Top Wohnlagen von Hamburg oder Berlin haben die Quadratmeterpreise auch auf dem jetzigen Niveau noch deutlich Luft nach oben. Ich rechne in der Tat an diesen Standorten mit Preisen, wie sie auch in internationalen Metropolen gezahlt werden. Hingegen sehen wir bei den Mietforderungen der Eigentümer in Wohngebieten für die Mittelschicht mittlerweile eine Diskrepanz zur Realität des deutschen Durchschnittseinkommens. Auf der anderen Seite steht fest, dass die Menschen weltweit zunehmend in Großstädten leben möchten. Dies hat zur Folge, dass auch die Nachfrage nach Wohnraum in Hamburg und Berlin weiterhin hoch sein wird. Nur wird sich die Quadratmeterzahl an Wohnraum pro Kopf in Zukunft wohl eher reduzieren.

Ist der Immobilienmarkt für Investoren weiterhin interessant?

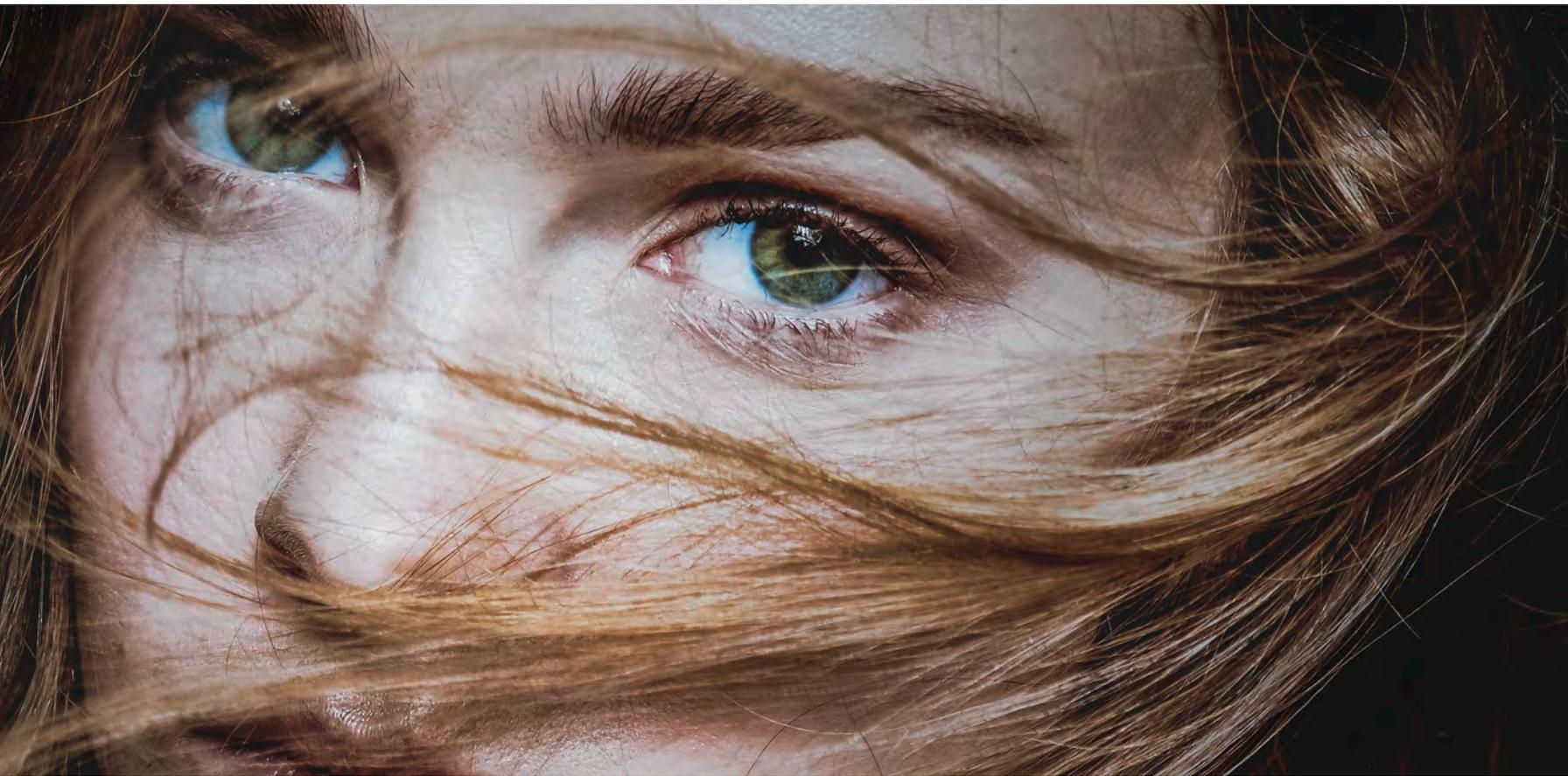
PHILIPP STODTMEISTER Eindeutig ja. Und das nicht nur aufgrund mangelnder Anlagealternativen am Zinsmarkt. Eine Immobilie stellt einen echten Sachwert da und übersteht im Zweifel auch jede Währungsreform. Die Immobilie ist ein generationsübergreifendes Investment und besonders wichtig für viele private als auch institutionelle Investoren. Die richtige Immobilie bietet eine kalkulierbare Rendite.



IM FOKUS

DER FOTOGRAF OLIVER LASSEN

*Er kam 1967 in Hamburg zur
Welt, ist einer der gefragtesten,
international agierenden
Fotografen und arbeitet schon
seit über 20 Jahren in
diesem Beruf.*



Wer im "Tor zur Welt" aufwächst, den treibt der Schaffensdrang bald hinaus und so war Oliver Lassen für seine Kunden schon so ziemlich überall auf der Welt unterwegs. Ob Urban Faces, People, Beauty, Fashion oder Still Life, der international arbeitende Fotograf ist in fast jedem Sujet zu Hause. Seine Bilder leben und strahlen. Er schafft es, einen lebendigen, emotionalen und ehrlichen Zugang zu finden und das Besondere, das Wahre, das Wertvolle hinter seinen Werken sichtbar zu machen.



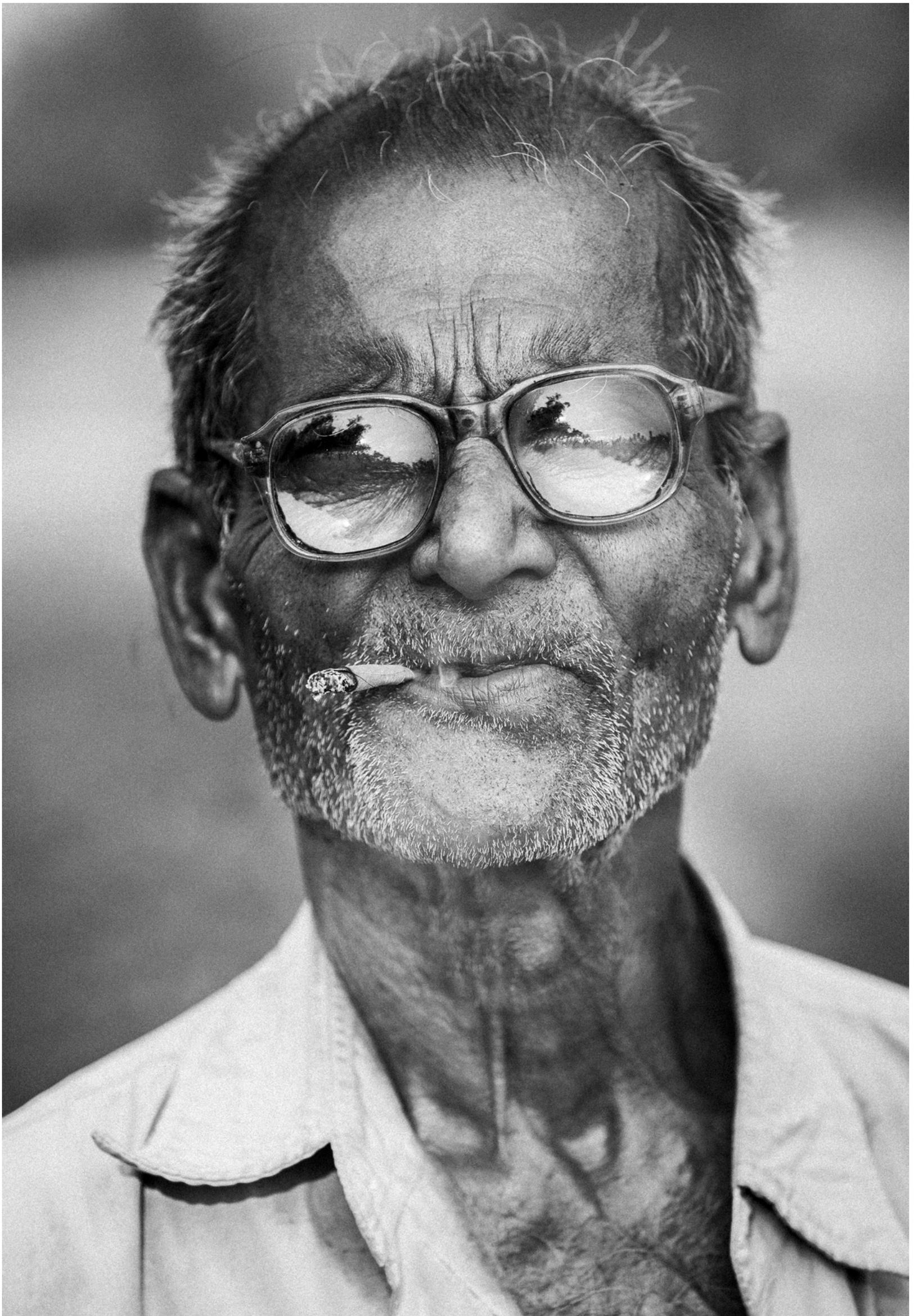




Sein professionelles Auge durchbricht die plakathafte Inszenierung und schafft eine Ästhetik, die Schönes mit Tiefe verbindet. Wer so arbeitet, bildet nicht ab, er erzählt Geschichten und kreiert durch eine gelungene Mischung aus Spontanität und Einfühlungsvermögen eine Beziehung zwischen Foto und Betrachter.

Sie machen das Wesen von Menschen, Objekten, Landschaften und Situationen sichtbar und fühlbar. Diese persönliche, authentische Qualität ist es, die ihn und die Bildsprache seiner Arbeiten so glaubwürdig, einzigartig und begehrenswert macht.











Seine Kunden suchen gerade diese Stärke und wissen, dass ihr Produkt auf eine bisher ungesehene Bühne gehoben wird. Seine Stills und besonders die anspruchsvolle „Jewellery“ Fotografie sind die große Leidenschaft Lassens. Gekonnt wird das Licht gesetzt, behutsam die Reflexe akzentuiert und ein Bild geschaffen, das wesentlich mehr ist, als eine äußerst ästhetische Produktabbildung.



OLIVER LASSEN PHOTOGRAPHY

KONTAKT

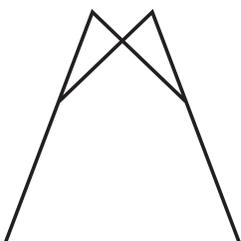
Studio Oliver Lassen
Eppendorfer Weg 87a
D-20259 Hamburg
T +49 (0) 40 491 00 77/78
F +49 (0) 40 491 00 79
lassen@studiolassen.com
www.studiolassen.com



Ausnahmekünstlerin
Magda Krawciewicz



k



Viele der Arbeiten von Magda Krawcewicz tragen poetische, rätselhafte Titel. Während des Malprozesses beschäftigt sie sich mit Fragmenten aus Texten, die sie mit der Stimmung der Bilder zusammenbringen möchte. Texte als Inspiration. Als Verstärkung von Gefühlen und Gedanken. Es sind keine Sätze, keine Titel, die so-

fort einem Autor oder Schriftsteller zuzuordnen sind. Diese Sätze sollen so rätselhaft bleiben wie ihre Arbeiten. Arbeiten, die nicht alles erklären.

Ihre Bilder verlieren dadurch niemals ihr Geheimnis, und sie verlieren dadurch auch nie das Drama, das dahinter steckt.

MAGDA KRAWCEWICZ

INTIMATE MIRACLES



Der Titel ihrer Ausstellung "Intimate Miracles" ist dafür ein gutes Beispiel. Der Titel spielt mit den ganz kleinen Momenten, die zwischen Menschen passieren, zwischen Paaren. Man liebt ja zu viel oder nie genug. Liebe ist Versprechen und Verdammnis zugleich. Früher ging es darum, ob Gott existiert oder nicht. Heute fragt man sich: Gibt es die Liebe überhaupt? Und in welcher Form? Wie schwierig es zwischen Mann und Frau ist, seine Gefühle zu zeigen, davon handeln heute fast alle Beziehungen. Wie tausend Missverständnisse zerstören, worüber eigentlich Einverständnis besteht. Stolz, Feigheit, Eigensinn, Eifersucht, Angst, Schüchternheit und all die Dinge, die sich der Liebe in den Weg stellen. Jean Cocteau sagte mal: Es gibt keine Liebe, nur Beweise der Liebe. (...)

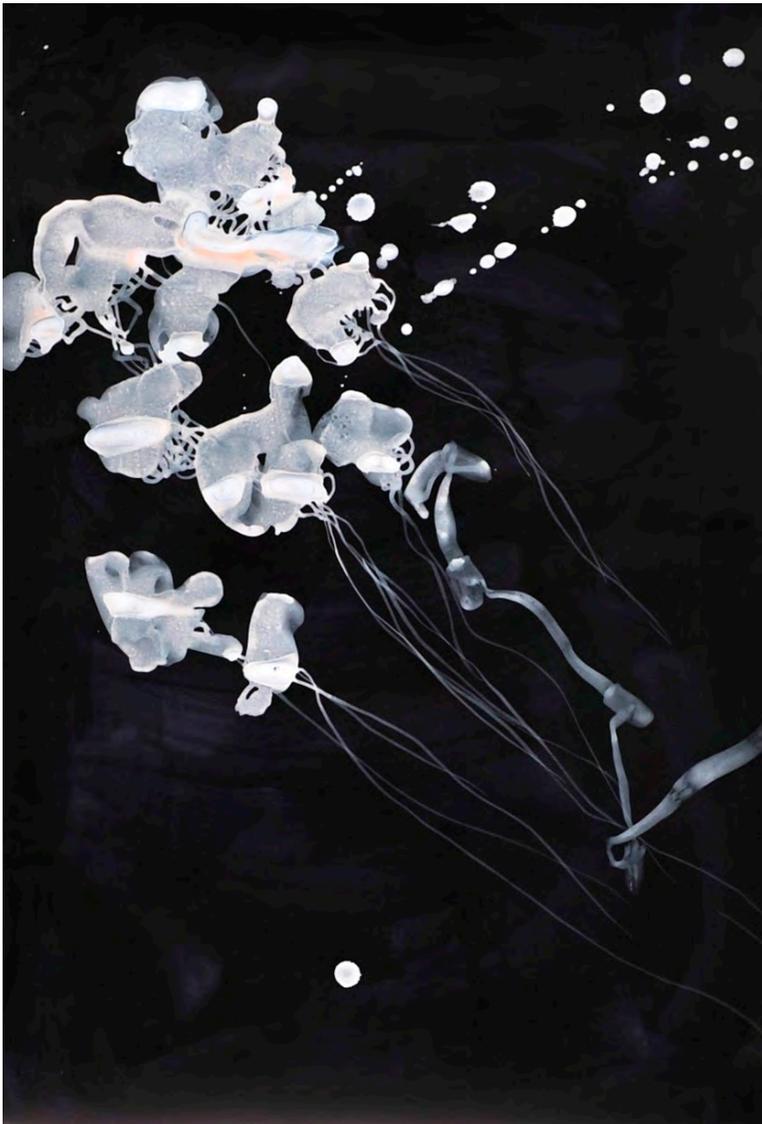


Es sind Körper in universellen Räumen. Bloß angedeutet, verschwommen wie die Körper. Es sind Räume wie Theaterbühnen. Der Raum wird Magda Krawcewicz zum Zwangsbehältnis ihrer Sehnsüchte, Ängste, Erinnerungen und Konflikte.

ONLINE
www.seemagda.com



Die Räume und Gegenstände malt sie in ihren Bildern so entrückt, als blicke man durch ein umgekehrtes Fernrohr. Das, was zu entweichen droht, macht sie dadurch so gewaltig, dass es keiner übersehen kann: die Empfindungen der Körper. Derart unmittelbare, kraftvolle Bilder malt Magda Krawcewicz oft und hat damit ein visuelles Tagebuch geformt, das noch das Flüchtigste zu einem wesentlichen und eigenständigen Bestandteil ihres Werks macht. Die gemarterte Seele webt den Stoff, aus dem ihre Arbeiten sind. Der Gefahr, diese inneren Dramen in grellen, ermüdenden Farben heraufzubeschwören, entgeht Magda Krawcewicz mit der beziehungsreichen Dichte ihrer Vision. Bei ihren Arbeiten wissen wir nur, was sie uns wissen lässt, und je länger man ihre Bilder betrachtet, stellt man fest, dass meist mehrere Lesarten möglich sind.





BRILLIANCE OF TRADITION AND EMOTION

EINZIGARTIG UND INDIVIDUELL.

GENAU WIE SIE SELBST. IN UNSEREM ATELIER KREIEREN
WIR GANZ NACH IHREN WÜNSCHEN AUSSERGEWÖHNLICHE
SCHMUCKSTÜCKE. EGAL OB AUFFÄLLIG UND EXZENTRISCH
ODER ZURÜCKHALTEND UND ELEGANT – WIR FINDEN
DAS SCHMUCKSTÜCK, DAS ZU IHNEN PASST.
FÜR EIN BRILLANTES TRAGEGEFÜHL.

BECKER
JUWELIERE & UHRMACHER

HAMBURG · GÄNSEMARKT · 040/357 58 50
WWW.JUWELIER-BECKER.COM

BESSERE ERNÄHRUNG SEIT 1820

Jeder kennt sie – die blaue Verpackung mit der Aufschrift „Blütenzarte Kölnflocken“. Doch wo kommt sie eigentlich her und was verbirgt sich hinter dem Namen Köln?



Die Anfänge der Peter Köln GmbH & Co. KGaA liegen bereits einige Zeit zurück, nämlich Ende des 18. Jahrhunderts. Mit einer kleinen, pferdegetriebenen Grützmühle versorgte Hans Hinrich Köln von Elmshorn nach Grönland auslaufende Seefahrer mit Schiffszwieback. Nach seinem Tod ist das Geschäft übergangsweise von seiner Frau weitergeführt worden, bis sein Sohn Peter alt genug war, um im Jahre 1820 das heutige Industrieunternehmen zu gründen.

Köln entwickelte sich neben seinem Getreidegroßhandel, der bislang der wirtschaftliche Schwerpunkt des Unterneh-

mens war, im Laufe der Jahrzehnte zu einem bedeutenden Verarbeiter von Hafer. In die Modernisierung der Produkte investierte das Unternehmen kontinuierlich, um stets das Beste aus dem Hafer zu gewinnen.

In den 30er Jahren des 20. Jahrhunderts sind die Haferflocken erstmalig in kleinen Haushaltspackungen auf den Markt gekommen. Mit der hellblau-dunkelblauen Packung und mit den 1938 als Warenzeichen eingetragenen „Blütenzauber Kölnflocken“ schuf Peter Köln das Flaggschiff des Unternehmens und damit eine der bekanntesten deutschen Markenikonen.

Dr. Christian von Boetticher (Geschäftsführung Peter Köln GmbH) im Interview



Im Stadtzentrum von Elmshorn ist Köln seit fast 200 Jahren unternehmerisch tätig. Wie ist es dazu gekommen, dass sie Geschäftsführer dieses Traditionshauses geworden sind?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER Im August 2015 erkrankte Prof. Dr. Hans Heinrich Driftmann, der als Schwiegersohn von Ernesthermann Köln das Unternehmen 27 Jahre in 6. Generation geführt hatte, mit 67 Jahren unheilbar. Die Ärzte diagnostizierten nur noch eine kurze Lebenserwartung. Seine Tochter Friederike, die die Geschäftsführung später einmal übernehmen sollte, war zu diesem Zeitpunkt 24 Jahre alt und noch in der Vorbereitung auf ihr erstes juristisches Staatsexamen. Die Familie suchte daher jemanden, der über Füh-



rungserfahrung und Kenntnisse in der Lebensmittelbranche verfügt, international agieren kann und das Unternehmen wie ein Familienmitglied leitet. Dazu muss man die Veranlagung haben, nicht in Quartalen, sondern in Generationen zu denken. Aufgrund der langjährigen Freundschaft zur Familie Driftmann hat man mir das offensichtlich zugetraut, sodass ich noch von Hans Heinrich Driftmann vor seinem Tode mit einem ungewöhnlich langen Geschäftsführungsvertrag über 10 Jahre und mit umfangreichen Rechten ausgestattet wurde.

Mit seinen 335 Mitarbeiter/innen, sowie vielen Auszubildenden erwirtschaftet das Unternehmen einen Jahresumsatz von knapp 129,1 Millionen €. Wie groß ist der Druck, die Erwartungen aller zu erfüllen?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER Die Erwartungen aller kann man nie erfüllen. „Everybody's darling is everybody's Depp“, sagte Franz Josef Strauß einmal. Mein Ziel ist es, meiner designierten Nachfolgerin Friederike Driftmann eines Tages ein gut am Markt platziertes Unternehmen zu übergeben, das sich durch die getroffenen strategischen Entscheidungen als Familienunternehmen auch in den nächsten 30 Jahren behaupten kann. Um mit den multinationalen Konzernen in unserer Branche mithalten zu können, muss die Firma Peter Kölln in den Bereichen Umsatz und Ertrag wachsen und sich den Herausforderungen der 4. Industriellen Revolution, der Digitalisierung, stellen. Und dies, ohne dabei seinen sozialen Umgang mit seinen Mitarbeitern und die hohe Verantwortung für Qualität zu vernachlässigen.

Auch Traditionsmarken können durch Fehlinvestitionen, Familienstreitigkeiten oder Stagnation vom Markt verschwinden. Welche Strategie haben sie, um die Unabhängigkeit des Familienunternehmens aufrecht zu erhalten?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER Wir haben gerade eine Strategie „Köln 2025“ beschlossen, mit der wir die Zukunftschancen auf dem Nahrungsmittelmarkt noch besser ergreifen werden. Wir müssen zum einen in der Produktion effizienter werden, zum anderen unsere Marktchancen als Deutschlands größter Haferverarbeiter stärker nutzen. Dazu stellen wir die Markenführung und die Innovationsentwicklung im Hause neu auf, werden uns aber auch weitere Markenkäufe und erstmals die Investition in Start-Up zutrauen. Der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle durch die Digitalisierung kommt dabei eine große Bedeutung zu. Aber auch eine neue Internationalisierungsstrategie mit Schwerpunkten in der EU und Asien steht auf dem Programm. Derzeit liefern wir Kölln-Produkte in 35 Länder.



Peter Kölln nutzt den Leitsatz „Für bessere Ernährung. Seit 1820“. Diesem Anspruch fühlt sich das Unternehmen Peter Kölln bis heute verpflichtet. Zu dem Unternehmen gehören renommierte Lebensmittelmarken, die alle auf eine lange Tradition zurückblicken. Premiumqualität, innovative Produkte und das Vertrauen der Kunden. Welche Marken stehen im Fokus und welche sind noch zeitgemäß?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER Auch in einem Zeitalter, in denen Nahrungsmittelhersteller Lösungsanbieter für den Menschen werden müssen, spielen Marken mit ihrer vertrauten und wertgeschätzten Qualität eine große Rolle. Die Firma Peter Kölln hält neben der Traditionsmarke Kölln mit den bekannten Köllnflocken und Müslis auch die Markenrechte an den großen Speiseöl- und Fettmarken Mazola, Biskin, Livio, Palmin und Brecht's sowie an Poms Kindergrieß und Edelweiß



Prozessüberwachung und Qualitätsüberprüfung bei gebackenen Müslis

Milchzucker. Das sind alles Traditionsmarken, Mazola seit 1911 und Palmin sogar seit 1887. Natürlich müssen Marken immer wieder zeitgemäß ausgerichtet werden. So ist es z.B. heute notwendig, darauf hinzuweisen, dass Palmin trotz des Namens nicht aus Palmöl, sondern aus Kokosöl hergestellt wird, weil die Menschen hinsichtlich der Anbaumethoden sensibilisiert sind. Ansonsten werden wir alle unsere Marken mit einer konsequenten Markenführung unterstützen.

Wie wichtig ist es mit den Kunden stärker in Kontakt zu treten und durch deren Bedürfnisse und Essgewohnheiten die Bandbreite von neuen Produkten zu erweitern?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER Über unsere Marken-Webpages, aber auch über die Social-Media-Kanäle können wir heute direkt mit dem Kunden in den Dialog treten. Dies war bisher nicht möglich, da wir als Lebensmittelproduzent ausschließlich den Lebensmitteleinzelhandel beliefert haben. Nun ist es uns möglich, unsere Kunden und ihre Bedürfnisse zu analysieren, z.B. hinsichtlich gewünschter Inhaltsstoffe, Portionsgrößen, Verzehrsgewohnheiten oder Produkterwartungen. Wenn z.B. das typische Familienfrühstück immer mehr zurückgeht, hat das Auswirkungen auf unsere Verpackungsgrößen, aber auch auf die Art, den Hafer auf den Tisch zu bekommen. Mittags isst der Mensch anders als morgens. Über unseren Hamburger Flagship-Store sind wir in der Lage, neue Zutaten und Produkte direkt auszuprobieren und auf Kundenrelevanz zu überprüfen. Bei großem Zuspruch lassen sich dann zielgenau Standardprodukte entwickeln – zu einem erschwinglichen Preis.

Um seine Existenz muss nur der fürchten, der weder innovativ ist noch die Chancen der Digitalisierung nutzt.

Inwieweit zwingen Müsli-Konkurrenten wie Oetker, Nestlé und Kellogg das Traditionsunternehmen Kölln, die Produktion umzustellen und wer hat - wenn überhaupt - um seine Existenz zu fürchten?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER In der Nahrungsmittelbranche geht es bisher um Qualität und Vertrauen, aber auch um Kosten. Konkurrenten sind nicht nur die globalen Nahrungsmittelkonzerne mit ihren Produkten, sondern auch die billigen Eigenmarken der großen Handelsunternehmen. Und dennoch konnten sich Kölln-Produkte stets durchsetzen, weil wir innovativ waren ohne unsere Tradition zu vernachlässigen. Unsere Köllnflocken sind seit 1938 der Qualitätsstandard für Haferflocken und wir sind sowohl die Erfinder des Schoko-Müslis als auch des Haferdrinks („Smelk“). Viele andere haben versucht, es uns nachzumachen. Nun müssen wir lernen, die digitalen Möglichkeiten für uns zu nutzen, um mit dem Kunden in den direkten Dialog zu kommen und daraus neue



Produkte zu entwickeln. Da gibt es dann auch ganz neue Mitbewerber, die das schon sehr gut machen, allerdings ausschließlich für wenige wohlhabende Kunden im Hochpreisbereich. Um seine Existenz muss aber nur der fürchten, der weder innovativ ist noch die Chancen der Digitalisierung nutzt.

Wie wichtig ist es, Marken heutzutage online zu führen?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER Markenführung wird in Zukunft nur noch bipolar, also über klassische Medien einerseits und dialoge Medien andererseits effizient möglich sein. Weder wird die Werbung ohne die Social Media-Kanäle auskommen, noch wird sich die Marke ohne die digitalen Möglichkeiten des Kundendialogs und der -analyse führen lassen. Analog und Digital sind dabei wie zwei Seiten einer Medaille.

Und dann wäre noch die Standort-Frage zu klären: Können zukünftig alle Produkte noch in Elmshorn produziert werden oder werden andere Standorte zusätzlich anvisiert?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER Wir produzieren seit 198 Jahren in Elmshorn und verarbeiten hier inzwischen rund 56.000 Tonnen Hafer im Jahr. Neue Investitionen in die Produktion sind bereits geplant, so dass wir auch in absehbarer Zeit dem Standort treu bleiben. Die zugekauften Marken, insbesondere die Speiseöle- und fette, produzieren wir nicht selbst, sondern lassen sie u.a. in Österreich herstellen. Einkauf, Qua-

litätskontrolle und Vertrieb liegen aber bei uns. Zwar führt die Digitalisierung dazu, dass der Entscheidungsdruck auf Nahrungsmittelanbieter wächst: Bin ich ein hocheffizienter Nahrungsmittelproduzent oder ein angesehenes Lösungsanbieter für die Rahmenbedingungen der Menschen bei der Nahrungsaufnahme. Bei neuen Marken und Artikeln heißt die Frage also immer: Make or Buy? Als Haferflocken-, Müsli- und Cerealien-Produzent sind wir aber auf beides spezialisiert und das wird auch so bleiben.

Die Digitalisierung nimmt immer stärkeren Einfluss auf unser Essverhalten und beeinflusst zunehmend die Konsumenten. Inwiefern geht man jetzt schon auf die zukünftigen Fortschritte ein?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER In Zukunft werden Menschen aufgrund neuer Medizintechnologie besser in der Lage sein, zu überprüfen, welche Nahrung ihnen persönlich gut tut. Früher ging es in Deutschland darum, satt zu werden, in den letzten 60 Jahren um Genuss und in Zukunft stärker darum, was gut für den eigenen Körper und die Gesundheit ist. Darum arbeiten wir bei Kölln schon heute eng mit dem Ernährungsmedizinischen Institut der Universität Lübeck zusammen. Zugute kommen uns dabei die hervorragenden Haferwerte bei Biotin, Beta-Glucan, den Vitaminen B1 und B6, sowie Eisen und Magnesium. Wir werden unsere Müslis aber in Zukunft noch stärker an aktuelle Gesundheitserfordernisse ausrichten und ganz bewusst auf Zutaten wie Aromen, Soja oder Palmöl verzichten.



Immer mehr Menschen finden Geschmack an guten Weinen. Sie legen sich einen Weinkeller an, kaufen einen Weinkühlschrank, besuchen Weinverkostigungen 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 mbH & Co. KG ist seit 1986 ein führendes Unternehmen im Weingroßhandel. Wir vertreiben Weine namhafter Produzenten exklusiv an die gehobene Gastronomie und den Fachhandel. Dies gewährleisten vor allem unsere langjährigen Erfahrungen, sowie exzellente Beziehungen zu Top-Winzern in der ganzen Welt, wie Domaines Barons de Rothschild (Lafite), Champagne Duval-Leroy, Brancaia, 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, schnellebigen 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.

Unsere Crème de la Crème:

- ▶ Champagne Duval-Leroy – absolute Finesse & pure Eleganz
- ▶ D´Arenberg – das australische Spitzenweingut aus dem McLaren Vale
- ▶ La Rioja Alta – der „Rolls-Royce“ unter den Riojas
- ▶ Über 200 Spitzenweine der besten deutschen Winzer/Weingüter

Ihr Oliver Thieme
Geschäftsführer CWD

MEHR ALS WEIN

... ERFAHRUNG, KOMPETENZ, LEIDENSCHAFT



REFINEMENT IN A BOTTLE!

Champagne Duval-Leroy Brut Réserve

REBSORTEN

PINOT NOIR: 60%, PINOT MEUNIER: 30%, CHARDONNAY: 10%

BESCHREIBUNG

Finessenreicher Champagner mit intensiven Aromen von reifen, gelben und roten Früchten, Zitrus und Brioche. Perfekt als Aperitif und hervorragend zu Geflügel und Käse.

CWD
CHAMPAGNER & WEIN
DISTRIBUTIONSGESELLSCHAFT



CWD Champagner- und Wein- Distributionsgesellschaft mbH & Co.KG
Im Quartier „Die Marzipanfabrik“ · Griegstraße 75, Haus 23 · 22763 Hamburg
Tel: 040 6077284 00 · info@cwdwein.de · www.cwdwein.de

Frauen haben keine Ahnung von Wein!

Autor: Maximilian Wilm

Wein trinken ist eine Welt voller Klischees. Ein paar Beispiele gefällig? Hier ein paar Aussagen, welche ich immer wieder im Restaurant zu hören bekomme: „Deutscher Wein ist immer süß.“, „Die Österreicher panschen sowieso alle beim Wein.“, „Französischer Wein ist immer teuer.“, „Weine mit Schraubverschluss sind schlechtere Weine.“ oder „Frauen haben keine Ahnung von Wein!“.

Eigentlich alle diese Aussagen sind falsch. Aber am meisten ärgere ich mich über die Aussage „Frauen haben keine Ahnung“. Das war vielleicht mal so, aber früher hatten die Damen ja auch keine Chance. Bis vor ein paar Jahren durfte die Damenwelt nicht mal selber entscheiden, was sie essen bzw. trinken wollte. Typische Situation vor ein paar Jahren: Eine Familie kommt ins Restaurant, der Mann bestellt für alle. „Die Kinder nehmen das Filetsteak, meine Frau das Hühnchen und ich das Lammkarree. Dazu einen St. Emillion für mich und einen Chablis für die Dame.“ Vielleicht hätte die Ehegattin ja auch gerne ein Glas Rotwein genossen? Aus dieser Zeit stammen auch noch die Damenkarten. Eine Frau durfte nicht mal wissen, was ihr Hühnchen und ihr Chablis kosten.

„Heute übernimmt auch gerne mal die Dame die Bestellung des Weins.“

Gott sei Dank sind diese Zeiten vorbei. Heute übernimmt auch gerne mal die Dame am Tisch die Bestellung des Weins. Oder sie darf den Probeschluck machen, selbst wenn der Ehegatte die Flasche bestellt hat. Manche Frauen beschränken sich auf Grauburgunder, Prosecco oder Lugana auf Eiswürfeln. Aber viele Damen beweisen auch mehr Geschmack und trinken tolle Weine aus der ganzen Welt. Frauen sind offener bei Weinempfehlungen und probieren gerne neue Weine, Rebsorten oder Anbaugebiete aus. Sie lassen sich eher begeistern und sind vielleicht nicht so eingefahren wie manche Herren.

Auch auf der professionellen Seite hat sich da viel verändert. Früher war sowohl die Sommelier-, als auch die Winzerbranche nahezu eine reine Männerdomäne. Heute haben wir weibliche Spitzensommelièren in vielen Restaurants. In 3 der 11 deutschen 3 Sterne Restaurants zeichnen sich heute Frauen für die Weinauswahl verantwortlich. Bei Christian Bau meine gute Freundin Nina Mann, im Waldhotel Sonnora in der Eifel Magdalena Brandstätter und bei Christian Jürgens am Tegernsee die Österreicherin Marietta Stegbuchner. Lange war Paula Bosch im Münchener Tantris die einzige Sommelière in der deutschen Spitzengastronomie. Heute sind doch deutlich mehr Frauen als Sommelieren aktiv und auch die Sommelierkurse an den Schulen haben oft einen deutlich höheren Frauenanteil als vor einigen Jahren.

Viele großartige Weine dieser Welt werden mittlerweile von Frauen erzeugt. Winzer ist nicht mehr ein reiner Männerberuf. Lisa Bunn, Julia Bertram, Meike und Dörte Näkel oder Dorothee Zilliken sind nur ein paar der weiblichen Top Winzer in Deutschland. International war es zum Beispiel Heidi Peter-

son Barrett aus dem Napa Valley, welche mit dem Kultwein Screaming Eagle (ca. 3000€ die Flasche) für Furore sorgte. Eines meiner Lieblingsweingüter, in welchem sich eine Frau für die Weine verantwortlich zeigt, ist das Weingut Paul Jaboulet Aîné aus dem Rhône Tal in Südfrankreich. Caroline Frey verantwortet die Weine dieses Ausnahme Weinguts. Tolle Hermitage Weine aus der Rebsorte Syrah aber auch leckere Easy Drinking Weine wie der Parallele 45 sind tolle Weine, welche mich immer wieder begeistern. Der Hermitage La Chapelle ist eine absoluter Kultwein und der La Chapelle aus dem Jahr 1961 war einer meiner ersten großen Weine die ich verkauft habe, als ich als Sommelier im Wiener Palais Coburg angefangen habe und dieser Wein war einer der eindruckvollsten Weine, die ich je probieren durfte.

Wein ist etwas Tolles. Wein verbindet. Bei einem guten Glas Wein kann man entspannen. Und letztendlich ist es ja egal, ob ein Mann oder eine Frau den Wein gemacht, ausgesucht, empfohlen oder serviert hat. Wichtig ist nur, dass der Wein schmeckt.

MAXIMILIAN WILM

SOMMELIER IST NICHT SEIN BERUF, SONDERN SEIN LEBEN.



Der 30-Jährige stammt gebürtig von der Rhön in Unterfranken und hat schon früh die Leidenschaft für den Restaurant-service für sich entdeckt. Im Dorint Hotel Bad Brückenau arbeitete er schon während der Schulzeit als Aushilfe und absolvierte in diesem Haus auch seine Ausbildung zum Restaurantfachmann.

Seine Wanderjahre führten ihn ins Crowne Plaza Heidelberg und auf den Obersalzberg nach Berchtesgaden in das damalige InterContinental Berchtesgaden (heute Kempinski Berchtesgaden). Hier wurde durch seinen Mentor Marco Krentzien die Liebe zum Wein so richtig entfacht und Maximilian Wilm

besuchte 2010/2011 die Wein- und Sommelierschule in München und ist seit Mai 2011 IHK-geprüfter Sommelier.

Seine nächste berufliche Station war das Palais Coburg in Wien. Dieses Haus verfügt über einen der größten und wertvollsten Weinkeller dieser Welt und Maximilian Wilm konnte dort seine Kenntnisse vertiefen und viele großartige Weine probieren und verkaufen.

Der Liebe wegen folgte im Februar 2013 der Wechsel nach Hamburg auf den Süllberg. Maximilian Wilm begeisterte seine Gäste mit spannenden Weinen aus der ganzen Welt zu den wunderbaren Gerichten aus der Küche von Karlheinz Hauser. Wilm ging gerne ungewöhnliche Kombinationen bei der Weinbegleitung ein und hielt so manche Überraschung für seine Gäste bereit. Ab Sommer 2018 eröffnet er sein eigenes Weinrestaurant am Kaiserkai 56.

2017 belegte Maximilian Wilm den 2. Platz bei der Sommelier Trophy der deutschen Sommelier Union und darf sich 2. Bester Sommelier Deutschlands nennen. Zudem gewann er den Jeunes Sommelier Wettbewerb der Chaîne de Rotisseur und durfte Deutschland bei der Weltausscheidung in Budapest vertreten.

FROM MONDAY TO SUNDAY & EVERYDAYS DARLING

Weineempfehlungen von Maximilian Wilm

CATENA CHARDONNAY

Einer der besten Chardonnays der Neuen Welt in seiner Preisklasse! Auf raffinierte Weise spiegelt er die markanten Charakterzüge der drei Weinberge La Pirámide (940 Meter), Domingo (1.130 Meter) und Adrianna (1.500 Meter) wider. Das erklärt den Facettenreichtum und die Balance dieses Weins, der mit animierender Zitrusfrucht und Noten von Birnen, Feigen, exotischen Früchten und einem feinen mineralischen Zug besticht.



 ARGENTINIEN  CHARDONNAY: 100%

FEUDO ARANCIO INZOLIA

Inzolia ist eine seit Jahrhunderten auf Sizilien heimische Sorte, die harmonische und elegante Weißweine hervorbringt. Wie diesen, der mit seiner sanften, feinfuchtigen Natur zu begeistern versteht. Wunderbar zur mediterranen Fischküche! Mit einer leichten strohgelben Farbe zeigt sich dieser Wein als sehr fruchtig mit Noten von Birne, Aprikose, weißem und gelbem Pfirsich. Am Gaumen ist er knackig und fruchtig mit Noten von Vanille. Dieser Wein ist elegant, geschmeidig und füllig.



 ITALIEN  INZOLIA: 100%

THE STRAITS SAUVIGNON BLANC

Silenis Premium-Sauvignon Blanc ist ein deutlich mineralisch geprägter, vielschichtiger Wein. Neben einem guten Körper verfügt er über eine brillante Balance, Schmelz und beachtliche Länge. Hier zeigt Weinmacher Grant Edmonds, wie gut er sich auf ausgewogene, saftigvolle Weißweine versteht.



 ARGENTINIEN  SAUVIGNON BLANC: 100%

LES JAMELLES SAUVIGNON BLANC

Der gefragteste Weiße aus der Les Jamelles-Reihe, mit typischintensivem Duft nach roten Johannisbeeren, Zitrusfrüchten und Blüten. Der Name Les Jamelles ist zum Markenzeichen geworden – für hohe Qualität bei kleinem Preis. Von der internationalen Weinkritik mit viel Lob bedacht, von den Konsumenten geliebt. Les Jamelles steht für Verlässlichkeit pur und für sehr viel Wein fürs Geld.



 FRANKREICH  SAUVIGNON BLANC: 100%



📍 CHILE 🍇 CABERNET SAUVIGNON: 100%

LOS VASCOS CABERNET SAUVIGNON

Der rote Klassiker von Viña Los Vascos brilliert mit seinem nuancenreichen Bouquet mit Anklängen von schwarzen Johannisbeeren, Kirschen und Pflaumen. Er zeigt ein elegantes, gekonnt ausbalanciertes Spiel von reifer Frucht und samtigem Tannin.

BORGOGNO NO NAME NEBBIOLO

Für innovativen Protest sind die selbstbewussten Piemonteser Winzer immer zu haben. So begehrt das Haus Borgogno jetzt gegen die ausufernde Weinbürokratie auf – und präsentiert mit dem »No Name« einen hochklassigen deklassierten Wein von den berühmten Barolo-Lagen Cannubi, Liste und Fossati.



📍 ITALIEN 🍇 NEBBIOLO: 100%

LES JAMELLES SÉLECTION SPÉCIALE

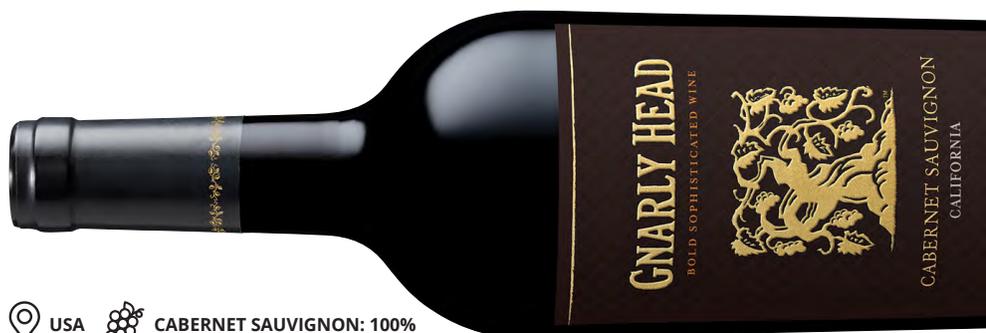
Fabelhafter Rotwein aus dem berühmten Rhônesorten-Triumvirat. Grenache und Syrah stammen von über 50 Jahre alten Reben von den östlichen Pyrenäen, Mourvèdre kommt aus der Gegend von Narbonne, nahe La Clape. Geringe Erträge, 9 Monate Barriquelager, keine Filtration. Ausdrucksstark, kraftvoll, würzig-intensiver Duft, Tiefgang, Extrakt, passendes Tannin und mediterraner Charme. Bei der Sélection Spéciale kommt die hohe Kunst der perfekten Cuvée mehrerer Sorten zum Einsatz. Es ist die Spitzenlinie von Catherine und Laurent Delaunay, behutsam im Barrique ausgebaut, vielschichtig, ambitioniert, ausgewogen – die Quintessenz von rund 20 Jahren Arbeit und Erfahrung im Languedoc.



📍 FRANKREICH 🍇 SYRAH, GRENACHE, MOURVÈDRE

GNARLY HEAD CABERNET SAUVIGNON

Das Lesegut für den Cabernet Sauvignon stammt aus verschiedenen Bereichen des Lodi-Anbaugebietes, wo diese noble Bordeaux-Sorte perfekt ausreift. Dass man hier bei der Wahl der Trauben wählerisch war, wird schnell klar: das Bouquet vielschichtig mit Anklängen an Schwarzkirschen, Brombeeren, Cassis, Veilchen, geröstete schwarze Pfefferkörner, am Gaumen kraftvoll, dicht und gut strukturiert mit guter Länge.



📍 USA 🍇 CABERNET SAUVIGNON: 100%

BESTELLADRESSEN

Weinhaus Röhr – www.weinhaus-rohr.de · Weinland Waterfront – www.weinland-hamburg.de



HAMBURGS GENUSS-BOTSCHAFTERIN

Sie kann Sterne kochen, schreibt diverse Kochbücher, sie ist als Genussmensch bekannt. Sie versteht etwas von Genuss und behauptet, dass Frauen besser schmecken können als Männer: Cornelia Poletto ist eine der erfolgreichsten Spitzenköche Deutschlands.

Ursprünglich wollte sie Tierärztin werden. Da die Hamburgerin das Kochen aber schon damals einfacher von der Hand ging als die Mathematik, absolvierte sie nach dem Fachabitur eine Ausbildung an der Hotelfachschule. Von dort wechselte Cornelia Poletto dann alsbald - als erste und bis dahin einziger weiblicher Lehrling - in die Ausbildung zu Sternekoch Heinz Winkler. Sie trotzte den harten Lehrbedingungen genauso wie der männlichen Konkurrenz und machte sich nach der Ausbildung einen Namen als Liebhaberin der gehobenen italienischen Küche.

Frau Poletto, sie entstammen einer Familie von Medizinern. Was hat sie letztendlich veranlasst, Köchin zu werden und war es von Anfang an Ihr Ziel, einen Stern zu erkothen?

CORNELIA POLETTO Als Teenager entwickelte ich eine Leidenschaft fürs Backen und habe mich enthusiastisch an aufwendigen Torten und Kuchen versucht. Und irgendwann hatte ich dann auch Lust aufs Kochen. Dass das irgendwann mal in einen Beruf und sogar einen Michelin-Stern mündet, hätte ich damals noch nicht gedacht. Eigentlich wollte ich nämlich Tierärztin werden, aber dafür waren meine Noten schlichtweg zu schlecht.

In ihrem ersten eigenen Restaurant „POLETTO“ erkothen Sie im Jahr 2002 einen Stern, den sie bis 2010 jedes Jahr neu verliehen bekommen haben. Die Schließung des Restaurants kam lediglich durch den Verkauf der Immobilie. Wie sind sie darauf gekommen, nur wenige Meter von ihrem alten Domizil entfernt, einen eigenen Feinkostladen mit angeschlossenen Restaurant, das Cornelia Poletto, zu eröffnen?

CORNELIA POLETTO Ich fühle mich in Eppendorf so wohl, dass klar war, dass ich dem Stadtteil treu bleiben wollte. Dass ich hier eine geeignete Gastrofläche gefunden habe, war natürlich großes Glück. Nach über 20 Jahren Sterneküche hatte ich einfach mal Lust auf etwas Neues. Mit der Eröffnung meiner Gastronomica habe ich mir einen Traum erfüllt. Das Niveau in der Küche ist hier nach wie vor sternewürdig, aber ich habe auch die Freiheit, mir zu erlauben, eine Jahrgangssardine aus der Dose zu servieren oder ein halbes Hähnchen auf die Tageskarte zu setzen.

Spitzenköchin in Hamburg Eppendorf, Unternehmerin, Moderatorin und Buchautorin. Wie wichtig ist es Ihnen, persönlich in Ihrer eigenen Kochschule Kurse zu geben?

CORNELIA POLETTO Das ist mir total wichtig. Und es macht mir auch riesengroßen Spaß! Deswegen habe ich 2013 ein paar Häuser neben meiner Gastronomica meine eigene Kochschule, die Cucina Cornelia Poletto, eröffnet. Hier finden meine Kochkurse, die sogenannten Chef's Table statt, die ich alle persönlich leite. Das sind Motto-Abende, bei denen die Gäste mir beim Kochen über die Schulter schauen, Ihnen ein paar Tricks verraten werden und wir gemeinsam einen schönen, genussvollen Abend verbringen.

Sie haben ein Ziel: Den Menschen gutes Essen und Genuss nahe zu bringen, wie können sie diese Vision verwirklichen?

CORNELIA POLETTO Zum einen versuche ich das natürlich mit meinen Kochbüchern. Zum anderen habe ich das Glück, auch mit TV-Auftritten eine Plattform zu haben. In Sendungen wie „The Taste“, der „Küchenschlacht“ oder „Kerners Köche“ geht es u.a. genau darum – die Lust aufs Kochen zu wecken und gute Zutaten zu verwenden. Nicht zuletzt bin ich natürlich auch im persönlichen Gespräch mit meinen Gästen so etwas wie eine Genuss-Botschafterin.





Seit 2014 sind sie Teil der jährlich stattfindenden Dinnershow Cornelia Poletto – Palazzo, ein Zirkus-Programm mit begleitendem Vier-Gänge-Menü, das in der Wintersaison für mehrere Monate in einem Spiegelzelt vor den Hamburger Deichtorhallen gastiert. 20 Jahre Sterneküche haben Sie geprägt. Sie fühlen sich verpflichtet auch in Zukunft dem Kochen auf hohem Niveau mit erstklassigen Produkten treu zu bleiben. Wie wird ihr Anspruch hier gerecht?

CORNELIA POLETTA Es ist eine große Herausforderung, Abend für Abend im Palazzo-Zelt 350 Menüs in gleichbleibend guter Qualität zu servieren. Aber es ist machbar! Das Geheimnis neben guten Produkten ist ein eingespieltes, gutes Team. Und das haben wir im Palazzo. Die Crew hat sich vorab in meinem Restaurant den „Poletto-Feinschliff“ angeeignet und ich selbst bin mehrmals die Woche im Zelt, um mich von der Qualität des Essens zu überzeugen und hier und da zu justieren, wenn mir etwas nicht hundertprozentig gefällt.

Was sind ihre Ziele für die Zukunft?

CORNELIA POLETTA Ich möchte noch viele Menschen mit meiner Küche glücklich machen.





IZAKAYA

ASIAN KITCHEN & BAR

Liebhaber innovativer kulinarischer Konzepte können sich nun in einer fantastischen neuen Location direkt am Ufer des Nikolaiflotts in Hamburg treffen.



IZAKAYA steht für moderne japanische Küche mit südamerikanischen Einflüssen – eine einzigartige Kombination, die perfekt zum weltoffenen Charakter unserer Stadt passt. Hinter dieser inspirierenden Idee stehen renommierte Unternehmer aus der Gastronomie wie Yossi Elياهو und Liran Wizman, Gründer von ‚The ENTOURAGE GROUP‘ mit Sitz in Amsterdam sowie die Geschäftsführerin der Gruppe, Stephanie Pearson. Das Unternehmen konnte bereits Erfolge z. B. mit den Restaurants MOMO, MR PORTER und THE DUCHESS in Amsterdam sowie mit der internationalen Marke THE BUTCHER feiern,

die auch kürzlich in Berlin eröffnete. IZAKAYA Amsterdam wurde 2012 eröffnet und avancierte seitdem zu einem angesagten Treffpunkt nicht nur für das dortige Szene-Publikum, sondern auch für internationale Gäste und Stars.

„IZAKAYA ist ein modernes Gourmet-Erlebnis, bei dem die Extravaganz der japanischen Küche auf peruanische Geschmacksnuancen trifft, auch unter dem Namen ‚Nikkei‘ bekannt“, so Yossi Elياهو von THE ENTOURAGE GROUP. Authentische Elemente werden mit kreativen Techniken kombiniert und erhalten so auf zeit-

OPIUM FOOD & BEVERAGE



narische Köstlichkeiten über heißer Holzkohle zubereitet. Sie dürfen sich außerdem auf weitere Highlights wie die ‚Feuerschale‘ Hibachi - ein traditionelles japanisches Gefäß zum Erwärmen von Speisen – freuen, und was wäre die japanische Küche ohne Sushi und Sashimi? Überdies wird ein raffiniertes Sakana-Menü angeboten, eine Auswahl an kleinen Speisen, die sich perfekt dazu eignen, miteinander geteilt zu werden. Die verschiedenen Gänge werden nacheinander auf kleinen Tellern serviert, sodass jeder die Chance erhält, etwas zu kosten, das er noch nie zuvor probiert hat. Es ist Teil der Erfahrung, sich später über die verschiedenen Speisen auszutauschen.

IZAKAYA wird am besten mit ‚Kneipe‘ übersetzt und ist ein Ort, der in der japanischen Kultur fest verankert ist. Außerdem findet man das Wort ‚sake‘ im Namen, sodass es kaum überrascht, dass die 360°-Bar neben ausgewählten Weinen und erstklassigen Cocktails auch seltene, hochprozentige Reisweine von erlesener Qualität anbietet. Auf der Karte stehen überdies besondere Tonics, die auf der Grundlage von traditionellem, hausgemachtem Shochu hergestellt werden. Shochu ist ein hochprozentiges, oftmals durch Destillation aus Reis oder Gerste gewonnenes alkoholisches Getränk, das auf Englisch auch oft als ‚Japanischer Wodka‘ bezeichnet wird. Die Drinks können auch auf den Terrassen mit Blick auf das Fleet genossen werden.

Innovation und Design. IZAKAYA befindet sich im Erdgeschoss des neuen Boutique-Hotels Sir Nikolai. Beim Betreten des Hotels wird der Blick subtil auf das Restaurant im hinteren Teil des ehemaligen Kontors gelenkt, wo die Decke aus gebürstetem Edelstahl eine fließende, an Wasser erinnernde Form annimmt – die Gäste haben das Gefühl, sanft zu treiben. Dank der offenen Küche kann man die Köche bei der Zubereitung der Speisen beobachten, und Plätze an der Bar bieten den Restaurantbesuchern eine weitere Möglichkeit, inmitten des Geschehens zu sein. Die offenen Bereiche im Erdgeschoss des Hotels scheinen miteinander zu verschmelzen, was ebenfalls zum charakteristischen Stil gehört. Nicht zu vergessen ist auch der Essbereich im hoteleigenen Lichthof The Patio, wo das Glasdach bei gutem Wetter geöffnet werden kann und die Gäste den Eindruck erhalten, unterm Sternenhimmel zu speisen. Das außergewöhnliche Design des Studios FG Stijl fügt sich perfekt in das innovative Gastronomiekonzept ein.

IZAKAYA Asian Kitchen & Bar

Katharinenstrasse 29 · 20457 Hamburg

Fon +49 40 299 966 69

www.izakaya-restaurant.com

gemäße Weise das gewisse Etwas. Dies spiegelt sich nicht nur in der Speisekarte, sondern im gesamten Konzept wieder: IZAKAYA ist authentisch, aber niemals konventionell. „Wir sind überaus stolz, IZAKAYA Asian Kitchen & Bar in Hamburg eröffnet zu haben und bald auch in München einen Standort zu haben“, so der renommierte Unternehmer weiter.

Speisen und Getränke. Bewährte Techniken vermischen sich mit innovativen Elementen und lassen so einzigartige Speisen entstehen. Küchenchef Hariprasad Shetty, der immer darum

bemüht ist, seine Gäste etwas Neues probieren zu lassen, hat ein erstklassiges Menü, bestehend aus einer Vielzahl ausgewählter und unkonventioneller Speisen und Spezialitäten zusammengestellt und auf dem Robata-Grill zubereitet. Exotische Gewürze spielen eine besonders wichtige Rolle und sind eine Hommage an das historische Gebäude: Das Restaurant befindet sich in einem ehemaligen Gewürzspeicher mitten in der Hamburger Altstadt. Wie in Amsterdam, befindet sich auch in Hamburg der traditionelle Robata-Grill im Herzen des Restaurants. Die Gäste können dabei zusehen, wie der Koch ausgewählte kuli-



DER ITALIENER IN DER LANGEN REIHE

Das Casa di Roma feiert 25 jähriges Bestehen.





Raffiniert, ehrlich und bodenständig.

Suman Kumar führt seit 25 Jahren erfolgreich sein Restaurant in der Langen Reihe. Erst kürzlich hat er dieses mit Freunden, Bekannten und Stammgästen ausgiebig gefeiert. Hand in Hand arbeitet er schon seit fünf Jahren mit seinem Sohn Ricky (26) zusammen. Ricky und sein Vater ergänzen sich zu einem unschlagbaren Team und so wird dieser eines Tages das Casa di Roma selbst führen.

Das italienische Restaurant erstrahlt im neuen Glanze.

Nach und nach wurde alles hochwertig und neu gestaltet. Das Ergebnis ist beeindruckend: Die gemütlichen Holztische unterstreichen das offene Konzept und die Dekoration ist sehr elegant und modern. Im stilvollen Ambiente kann hier feinste italienische Küche genossen werden. Der Weinkeller des Restaurants hält natürlich auch eine entsprechende Auswahl an 190 verschiedenen Weinen bereit. Die Stammgäste zieht es mehrmals in der Woche in das Casa di Roma – für sie ein Ort zum Wohlfühlen und Genießen!

Der schwere Duft von Trüffel.

Die Gerichte passen sich immer den Jahreszeiten an und es ist für jeden ein Geschmackserlebnis dabei. Trüffel verleiht dem Gericht einen einzigartigen Geschmack und so werden die schmackhaften Speisen aus authentischen Zutaten besonders hervorgehoben. Sehr beliebt als Vorspeise ist das „Tatar vom US Beef mit Crème fraîche und Trüffel“, sowie auch als Hauptgang das „hausgemachte Tagliatelle mit Trüffel“. Das selbst kreierte „Sorbet mit Früchten“ lässt das Herz des Gastes höher schlagen. 25 Jahre voller Genuss!

CASA DI ROMA

Lange Reihe 76 · 20099 Hamburg
Fon 040 280 30 43 · Fax 040 280 55 034
www.casadiroma.de · casadiroma@gmx.de
Öffnungszeiten: Täglich 11:30 - 0:00 Uhr



Suman Kumar und Sohn Ricky



AU QUAI

INSPIRATION AM KAI

„Kein Genuss ist vorübergehend, denn der Eindruck, den er zurücklässt, ist bleibend.“

Johann Wolfgang von Goethe



OPIUM FOOD & BEVERAGE



Vor 16 Jahren haben das Geschwisterpaar Sylviane und Enzo Caressa ihre Vision, ein Restaurant mit eigener Eventlocation zu gründen, verwirklicht.

In einem von dem renommierten Hamburger Architektenbüro umgebauten klassischen Kühlhaus präsentieren sich das Restaurant und seine dazugehörige anmutende Eventlocation mit modernem Design und hochwertiger Technik.

Hier erleben Sie die Vielfalt und Leichtigkeit der italienisch-französischen Küche, handverlesene Zutaten, frische und regionale Produkte sowie eine kleine Prise Genialität, die das Geheimrezept „am Kai“ abrunden.

Die einzigartige Atmosphäre an der Elbmeile mit Blick auf die Hafenkulisse und das stilvolle Ambiente des Restaurants sorgen für ein unverwechselbares Flair.

Beeindruckend ist auch die flexible Raumgestaltung des Hauses, die für jede Art und Größe einer Gesellschaft den perfekten Rahmen bietet. Das Au Quai ist einfach einen Besuch wert!

Es bietet schon fast 17 Jahre Genuss, tolle Events und spannende Begegnungen – mitten im Hamburger Hafen. Mehr Hamburg geht nicht!

AU QUAI RESTAURANT

Große Elbstraße 145 B-D · 22767 Hamburg

Fon 040 380 377 30 · Fax 040 380 377 32

www.au-quai.com · info@au-quai.com

Öffnungszeiten:

Mo. - Fr. 12:00 Uhr - Open End

Sa. 17:30 Uhr - Open End

Sonntags Ruhetag



Traumhafter Ausblick auf der Elbterrasse des Sagebiels Fährhaus



DIE GENUSSPIRATEN IM SAGEBIELS FÄHRHAUS



Das Sagebiels Fährhaus blickt auf eine abwechslungsreiche Geschichte zurück. Bereits im Jahre 834 errichtet, wurde das Fährhaus, dank der exponierten Lage im malerischen Blankeneser Treppenviertel mit Blick auf die Elbe, schnell zur attraktiven Adresse für Fährleute, aber auch Ratsherren, die sich hier mit ihren Verhandlungspartnern trafen. In den letzten Jahrhunderten seiner Geschichte entwickelte sich das Fährhaus zum Gasthaus – bis November 2016. Das Sagebiels Fährhaus musste geschlossen werden. Doch seit Sommer 2017 stehen wieder die Töpfe auf dem Herd – unter neuer Bewirtung und mit frischem Konzept.

Die Genusspiraten servieren eine große Vielfalt an Genüssen – Fisch, Fleisch und Mediterranes aus der deutschen sowie internationalen Küche. Neben einer Klassiker-Karte gibt es bei den Genusspiraten eine wöchentliche wechselnde Spezialitätenkarte mit ausgewählten regionalen, sowie internationalen Highlights. Und wer möchte, genießt obendrauf noch einen kreativen Drink von der hauseigenen Bar.

GENUSSPIRATEN IM SAGEBIELS FÄHRHAUS

Blankeneser Hauptstraße 107 · 22587 Hamburg
Fon 040 86 15 14

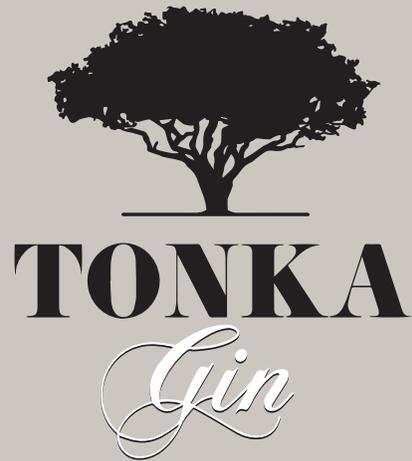
www.sagebiels.com · kontakt@sagebiels.com

Öffnungszeiten:

Mi. – Fr. 17:00 - 22:00 Uhr

Sa. - So. 12:00 - 22:00 Uhr

Montags und Dienstags Ruhetag



TONKA Gin

3 Jahre Tonka Gin aus Hamburg

Tonka Gin 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, drei Jahre alt.



Sein Schöpfer Daniel Soumikh baut die Marke gemeinsam mit seiner Frau Serap auf und freut sich mittlerweile über Bestellungen aus Österreich, Italien, Frankreich, Belgien, England sowie Spanien. „Wir sind stolz, dass wir unseren Umsatz jedes Jahr verdoppeln können“, so Soumikh, der seinen Gin bereits in Top Bars in New York, Chicago und Paris etablierte. „Wir haben von unseren Kunden und aus der Gastronomie viel Unterstützung erfahren – dafür sind wir dankbar.“ Dem außergewöhnlichen Geschmackserlebnis verfiel Tonka Gin Erfinder Daniel Soumikh auf einer Spanien-Reise. Er genoss einen Gin Tonic, über den zur Verfeinerung Tonkabohne gerieben wurde. „Der Geschmack hat mich von da an nicht mehr losgelassen. Ich hatte sofort die Idee, einen Gin zu entwickeln, der das Aroma beinhaltet und perfekt zu Geltung bringt“, erinnert sich der Hamburger, der damit an seine berufliche Erfahrung im Spirituosenmarkt anknüpfte.

Bei Gourmets und Sterneköchen spielt die kleine Bohne schon lange eine große Rolle. Ihre süßlichen, vanilleähnlichen Aromen werden zum Würzen von Gerichten und zur Verfeinerung von Desserts verwendet. Soumikh ließ sich von der exotischen Bohne, der aphrodisierende Eigenschaften zugeschrieben werden, inspirieren und verlieh seiner Manufaktur-Spirituose mit der Tonkabohne und 22 weiteren Botanicals einen besonderen Twist, der sich vom herkömmlichen Wacholderbouquet abgrenzt. Nach fast 24 Monaten und zahlreichen Tastings, Rezepten und Kleinstserien, ist auch eine Destillerie bei Hamburg gefunden, die die Rezeptur umsetzen konnte.

Tonka Gin war geboren und kam im September 2014 erstmals auf den Markt. Schnell wurden renommierte Bars wie die Monkey Bar in Berlin, die Good Old Days Bar in Hamburg, die East Gruppe oder die Hotelkette Waldorf Astoria auf Tonka Gin aufmerksam. Neben Onlineshops und Delikatessenhändlern nahmen auch Spirituosen-Fachgeschäfte die neue Gin-Marke auf. Zu den Pionier-Partnern gehören das Alsterhaus und der Feinkost-Vorreiter Mutterland in Hamburg, sowie das KaDeWe in Berlin und Galeria Kaufhof. Heute, drei Jahre später, hat sich Tonka Gin einen festen Platz auf dem heiß umkämpften Markt gesichert. Die knapp zweijährige Tüftelei an der perfekten Zutatenkombination hat sich nicht zuletzt dank der Zusammenarbeit mit kompetenten Barkeepern bestens bewährt. Neben der Tonkabohne und natürlich Wacholder, sind es insgesamt 23 Botanicals, die den Geschmack von Tonka Gin ausmachen.



ESSBARE SCHMUCKSTÜCKE

Wie essbare Schmuckstücke präsentiert Gabriel Mitchell in seiner Hamburger Pâtisserie MAISON MITCHELL die delikaten Kostbarkeiten, liebevoll-provokant „The Ladies“ genannt. So etwa die mit Thymian verfeinerte Erdbeertarte „Flamenco“, die Zitronentarte „Sunshine“ mit ihrem raffinierten Spiel aus süß und spritzig oder die unwiderstehliche Schokoladentarte „Princess Tam Tam“ in perfekter Balance aus edelbitter-süß.

MAISON MITCHELL

ABC-Straße 46 · 20354 Hamburg
www.maisonmitchell.com



MAXIMALE FLEXIBILITÄT

Mitten im Hamburger Hafen findet sich Henssler's Küche. Für Steffen Henssler ist seine Event-location eine logische Konsequenz: „Henssler's Küche ist für mich die sinnvolle Ergänzung zu meinen Restaurants. Ich hatte die Idee, einen Platz zu schaffen, wo geschlossene Gesellschaften feiern können und habe dafür den richtigen Ort gefunden – und das sogar im Hafen mit Elb-blick.“

Neben Jubiläen, Hochzeiten, Weihnachtsfeiern oder Produktpräsentationen finden regelmäßig Kochkurse mit verschiedenen Themen statt.

ONLINE www.hensslerkueche.de

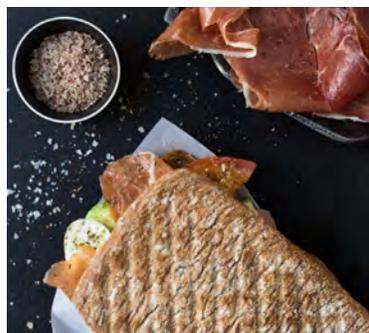
SÜDAMERIKA SURFT NACH HAMBURG

Davon träumen wohl viele - einfach raus aus dem Beruf und auf in die Welt, reisen, surfen und natürlich kochen. Das ist die Geschichte von Johannes »Jo« Riffelmacher und Thomas »Cozy« Kosikowski. Sie haben ihre Werber-Jobs an den Nagel gehängt und sich ihren Traum verwirklicht: Eine Reise durch Lateinamerika. Später führte sie ihr Weg nach Mexiko und von dort aus immer weiter. Nebenbei arbeiteten die Jungs an ihrem Restaurant in Hamburg.

SALT & SILVER: eine Mischung aus Restaurant, Bar und Experimentierküche. Hier in der offenen Showküche gibt es Tacos, Ceviche, Pisco Sours und feurigen Mezcal. Sesshaft wollen die Neugastronomen aber nicht werden, da ist dann doch zuviel Fernweh im Blut: „Von Frühjahr bis Herbst servieren wir Gerichte und Drinks, ehe wir in der Winterzeit aufbrechen, neue Länder bereisen und uns für die kommende Karte inspirieren lassen“. Bar und Café sind auch im Winter geöffnet, nur der Restaurantbetrieb ruht: „Ab Frühjahr gibt es dann die neuen Gerichte, jedes Jahr von einem anderen Kontinent. Auf diese Weise können auch die Daheimgebliebenen bei uns die kulinarische Welt im Sitzen erkunden.“

SALT & SILVER

St. Pauli Hafensstraße 140
20359 Hamburg
www.saltandsilver.net



Die Dänen kommen! JOE & THE JUICE drängt mit neuem Konzept auf den hart umkämpften Coffeeshopmarkt in Hamburg. Kaspar Basse ist der CEO & Founder. Im Jahr 2002, nach 6 Jahren in der Werbung, eröffnete er den ersten JOE & THE JUICE-Laden. Als Elite-Athlet (Dänemarks jüngster Schwarzgurt) wurde Kaspar inspiriert, eine Umgebung zu schaffen, die ein modernes urbanes Ambiente bietet, und Kunden anspricht, die auf der Suche nach Bequemlichkeit sind und einen schnellen und dennoch gesunden Lebensstil leben. Die Kunden sollen sich wohlfühlen, Musik hören, arbeiten oder Kontakte knüpfen können, während sie außergewöhnliche Saft- und Kaffee-Produkte genießen.

JOE & THE JUICE bietet hochwertige, natürliche und biologische Zutaten sowie frisch zubereitete Säfte, Shakes, Kaffee und Sandwiches. Die Spezialität sind Säfte mit sogenannten Synergieeffekten, die durch die Kombination bestimmter Früchte, Gemüse und Gewürze entstehen.

In Hamburg gibt es bereits vier Filialen in interessanten Lagen: Im AEZ, in der Europa Passage, Große Bleichen und am Stephansplatz.

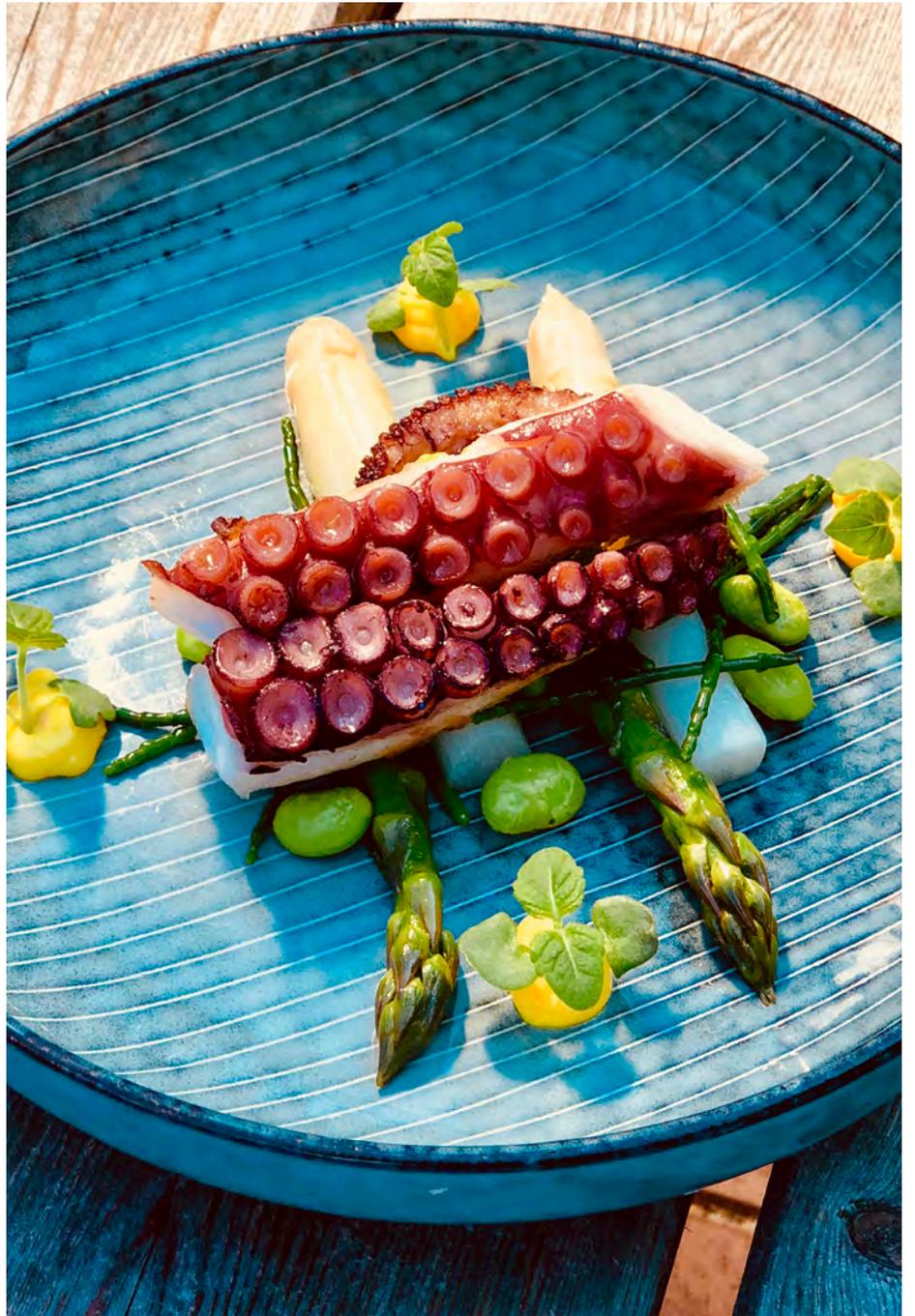
ONLINE www.joejuice.com

LOVELY FOOD & DRINKS

MÖLLER'S ANKER

WENN
BEGEISTERUNG
AUF DER ZUNGE
ZERGEHT

TM



Seit 2012 führt Thorsten Möller sein südliches Kleinod im lauschigen Sylter Süden – das Restaurant Möller´s Anker. In dem mit Liebe zum Detail eingerichteten Familienrestaurant trifft sich ein stimmiges Ambiente mit rustikalem Hafenstil und charmanter Moderne. Beste Qualität und ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis zeichnen die Küche von Thorsten Möller aus. Damit hat er sich seinen Lebenstraum von einem eigenem Restaurant erfüllt und bietet seinen Gästen köstliche Speisen an.

Für die Gäste warten Thorsten Möller und sein kreatives Team mit erstklassiger Frischeküche aus regionalem Anbau auf – und das in hoch gelobter Bio-Qualität! Neben den haften typischen Gerichten erwartet sie Fisch- und Fleischspezialitäten der Extra-Klasse. Dazu richtet der Anker seinen Gästen auf Vorbestellung auch ein feines Gourmet-Fisch- oder Fleisch-Fondue aus.

Besondere Aufmerksamkeit schenkt er seinen vegetarischen und veganen Gästen, denn hier werden alle Wünsche erfüllt.

So genießen Vegetarier die mit Quinoa-Gemüse-Salat gefüllte Paprika mit Schafskäse und würzigem Tomatensugo. Veganer sind immer wieder von dem erstklassigen Thai-Gemüse-Curry angetan, das mit Ingwer, Koriander, Chili, Zitronengras, Nüssen und Basmatireis angerichtet wird.

„Die Nachfrage wird immer stärker und mittlerweile ist für viele aus diesem Trend eine Lebenseinstellung geworden. Davon will und kann ich mich nicht verschließen“ so Thorsten Möller. Abgerundet wird die Speisekarte durch die aufmerksame Kinderkarte und den Spezialitäten-Tagen, wie zum Beispiel die freitäglichen frischen Miesmuscheln, dem außergewöhnlich populären Labskaus-Tag am Mittwoch und einer ausgefeilten internationalen Weinkarte, die jedem Gast gerecht werden sollte.

MÖLLER'S ANKER

Blankes Tälchen 8 · 25997 Hörnum · Sylt

T +49 (0) 4651 881050

www.moellers-anker.de · info@moellers-anker.de

TARIK ROSE

CROSS

Ein echtes Multitalent. Tarik Rose stand schon als Kind mit seinem Großvater am Herd. Sein Taschengeld verdiente er sich als Pizzabäcker und Tellerwäscher. Inzwischen hat er eine Ausbildung zum Koch absolviert, wurde im Jahr 2004 Chefkoch im Restaurant „Engel“ in Hamburg und ist heute der Inhaber. Auf ZDFneo war der Ex-American-Footballer einer der „Beef Buddies“, im NDR kocht er in der Sendung „Iss besser!“, im ARD Buffet ist er regelmäßig zu Gast. Beim Neustart der ZDF-Kult-Sendung „Kerners Köche“ war Rose Teil der kochenden Crew und ist bei der „Küchenschlacht“ einer der Juroren. Darüber hinaus ist er passionierter Fotograf und entdeckte jüngst das Radrennfahren für sich. Anfang des Jahres ist sein erstes eigenes Kochbuch erschienen.

Interview Ulrike Hagen
Fotos © Wolfgang Schardt für ZS Verlag GmbH

Seine Geheimwaffe: Frische, regionale Zutaten

OVER





Tarik, was macht deine Fernseh-Sendungen so besonders?

TARIK ROSE Meine Kernkompetenz ist das Kochen. Ich stelle mich nicht vor die Kamera, weil ich meinen Kollegen zeigen muss, wie es besser geht und sehe mich auch weniger als Entertainer. Vielmehr habe ich eine Leidenschaft dafür, zu vermitteln wie man mit einer Handvoll Zutaten von guter Qualität leckeres auf den Teller zaubern kann. Schwerelos. Schnell und bezahlbar. Und vor allem: Supergesund. Man könnte also sagen, ich erfülle einen kulinarischen Bildungsauftrag.

Was wäre denn so ein gutes, günstiges, gesundes Gericht par Excellence?

TARIK ROSE Oh, da gibt es so vieles. Meine geschmorten Möhren à la Currywurst zum Beispiel. Ein schnelles Linsencurry. Gemüse aus dem Backofen, einfach nur mit frischen Kräutern, Olivenöl, Pfeffer und Salz. Ein schneller Feldsalat mit Avocado, Feige, roten Zwiebeln, Zitrone, Olivenöl.

Was genau macht diese Rezepte denn so viel besser?

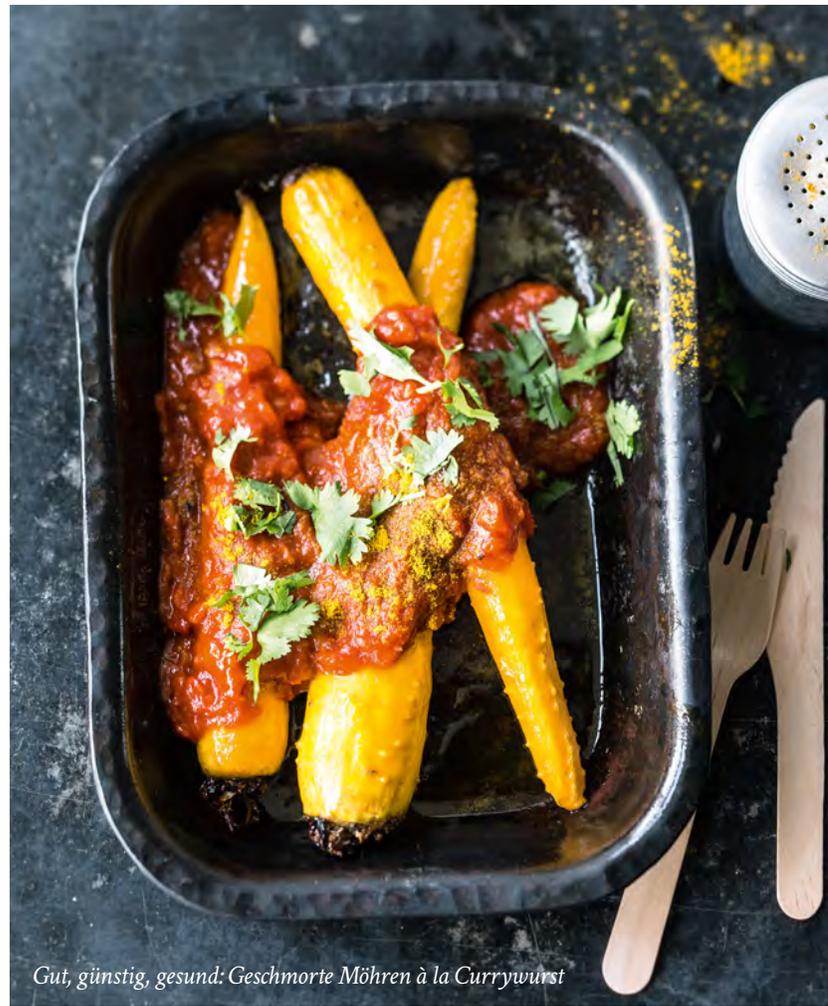
TARIK ROSE Viele meiner Zutaten haben eine Funktion und tun unserem Körper darum auch so gut. Ob Kichererbsen, Granatapfelkerne, Heidelbeeren oder frische Kräuter. Dank sekundärer Pflanzenstoffe sind sie wahre Powerpakete und unterstützen den Körper z.B. bei der Abwehr freier Radikale. Zum anderen wird man bei mir kein Gericht finden, in dem raffinierter Zucker steckt. Stattdessen setze ich z.B. auf getrocknete, gehackte Früchte. Auch auf Weizenmehl verzichte ich fast immer, weil Dinkel das wertigere Getreide ist. Und: Die Kombination bestimmter Zutaten wirkt Wunder. Ein wenig Petersilie als Salat zu Nudeln gereicht, hilft zum Beispiel, den Säure-Basen-Haushalt zu regulieren. Diese Körper-Balance ist ein wichtiger Baustein, um sich fit zu fühlen.

Du nennst diese entsprechenden Fit-Faktoren sogar in deinen Rezepten...

TARIK ROSE Neben den Zubereitungstipps gibt es jede Menge Infos und Anregungen in meinem Buch, die ich „Healthy Hints“ nenne. Mit diesen speziellen und einfachen Kniffen kann man gut auch andere Gerichte „bearbeiten“ und optimieren. So erweitert sich das Bewusstsein dafür, wie einfach es ist, mit kleinen Tricks gesünder zu kochen, nach und nach.

Du sagst, dogmatische Ernährungskonzepte bringen nichts. Dennoch: Welche Ideen sind dir nahe?

TARIK ROSE Ich gebe nichts auf Food-Trends, die nach Lust und Laune durchs Dorf getrieben werden und dann jeweils als das Hippste gelten, was man auf den Tisch bringen kann. Ausserdem: Wenn es nur noch darum geht, Nahrung zu sich zu nehmen, um Regeln zu befolgen, kann man sich gleich an einen Tropf hängen und sich mit dem Nötigsten versorgen lassen. Angelehnt ist meine Küche jedoch definitiv an Paleo und Clean Eating. Ich habe nämlich etwas gegen verarbeitete Lebensmittel, die immer länger haltbar gemacht werden



Gut, günstig, gesund: Geschmorte Möhren à la Currywurst



Tariks Müsli mit Nüssen

und in denen am Ende nichts mehr steckt. Das ist auch der Grund, warum ich vermeide, in Wasser zu garen, zu dünsten oder zu blanchieren. Die Nährstoffe landen nämlich im Kochwasser und werden damit weggeschüttet. Auch mit raffiniertem Zucker habe ich ein Problem, und halte darüberhinaus aus eigener Erfahrung eine basisch-ausgewogene Kost für wichtig.

„Zutaten-Basics: Ein gutes, kaltgepresstes Olivenöl, Knoblauch, Zwiebeln, Tomatenpassato, getrocknete Linsen.“

Gesund und lecker ist toll. Aber darf es auch mal etwas Unvernünftiges sein?

TARIK ROSE Wenn man sich den Großteil der Woche gut ernährt, darf man auch mal ein, zwei Tage essen, was man will, ohne darauf zu achten, ob man vielleicht gerade sündigt.

Solche sogenannten „Cheat Days“ sind wichtig für die Seele, davon bin ich fest überzeugt.

Welche smarten Zutaten-Basics findet man immer in deinem Küchenschrank?

TARIK ROSE Ein gutes, kaltgepresstes Olivenöl, Knoblauch, Zwiebeln, Tomatenpassato, getrocknete Linsen. Linsen werden gnadenlos unterschätzt: Sie sind zwar nicht basisch, aber haben auf den Körper einen positiven Säureeffekt, bieten uns hochwertiges Eiweiß und Vitalstoffe. Bei den Pharaonen waren sie darum sehr populär und eine beliebte Grabbeigabe.

Was war dein größter Koch-Faux-Pas?

TARIK ROSE Das ist schon etwas länger her. Ich habe mit meinem Großvater zusammen gekocht, ein deftiges, klassisches Gulasch. Statt der Paprika habe ich großzügig mit Chillies gearbeitet. Das Ergebnis war kaum essbar, aber mein Opa hat mit tränenden Augen duchgezogen. Er wollte meine Mühe honorieren – und mir nicht die Freude verderben...



Lammfilet mit Kichererbsenpüree und Granatapfeltopping

Es fällt auf, dass viele deiner Rezepte aber ohne Fleisch auskommen...

TARIK ROSE Ja, es sollte auch in der Ernährung nicht die Hauptrolle spielen. Der klassische Sonntagsbraten, das „gute“ Stück Fleisch einmal in der Woche hat auf jeden Fall seine Berechtigung, wenn einem danach verlangt. Dabei sollte man aber auch die Verantwortung für die Wahl nachhaltiger, artgerechter Aufzucht übernehmen.

Du wirst bislang von den Gourmet-Bibeln Michelin und Gault Millau verschmäht. Macht dir das etwas aus?

TARIK ROSE Nicht wirklich. Nach meinem Empfinden müssen die bisherigen Bewertungskriterien für die Auszeichnungen überdacht werden. Bestimmte Dinge haben sich geändert und werden dort einfach nicht verstanden und ignoriert – wie das Nose-to-tail-Prinzip oder eine unprätentiöse Küche in höchster Qualität. Wir haben darum in letzter Zeit die Datenblätter auch gar nicht mehr zurückgeschickt.

Wenn es nicht der Michelin-Stern ist, was ist dann dein größter Wunsch?

TARIK ROSE Ich träume von einer Erlebnislocation ohne À-la-carte-Reservierungen. Einen Ort, in dem gleichermaßen gemeinsam gekocht und gegessen wird, also eine ganz neue Art des Kochkurses, in dem ich meine Food-Philosophie und meine Idee von gutem Essen und Nachhaltigkeit vermitteln kann.



Lachs im Glas mit Avacado und Walnüssen



TARIK KOCHT DICH FIT

Ohne Chichi zum Besserer und zwar ohne großen Zeitaufwand. Der sympathische Hamburger mag kein „großes Gedöns“ am Herd. Dafür liebt er regionale Zutaten: heimische Superfoods wie Kartoffeln, Möhren, Grünkohl, Brokkoli, die er weit weg von ihrem spießigen Image zu coolen Gerichten verwandelt. Immer überraschend, mit Know-how und Kniff. Dabei entsteht moderne Alltagsküche: Knuspermüsli mit Nüssen, pochierter Fisch in Kokosmilch mit Mangold oder Coq au Vin in der Express-Version.

INFORMATION

Tarik Rose | Tarik kocht dich fit
ZS Verlag

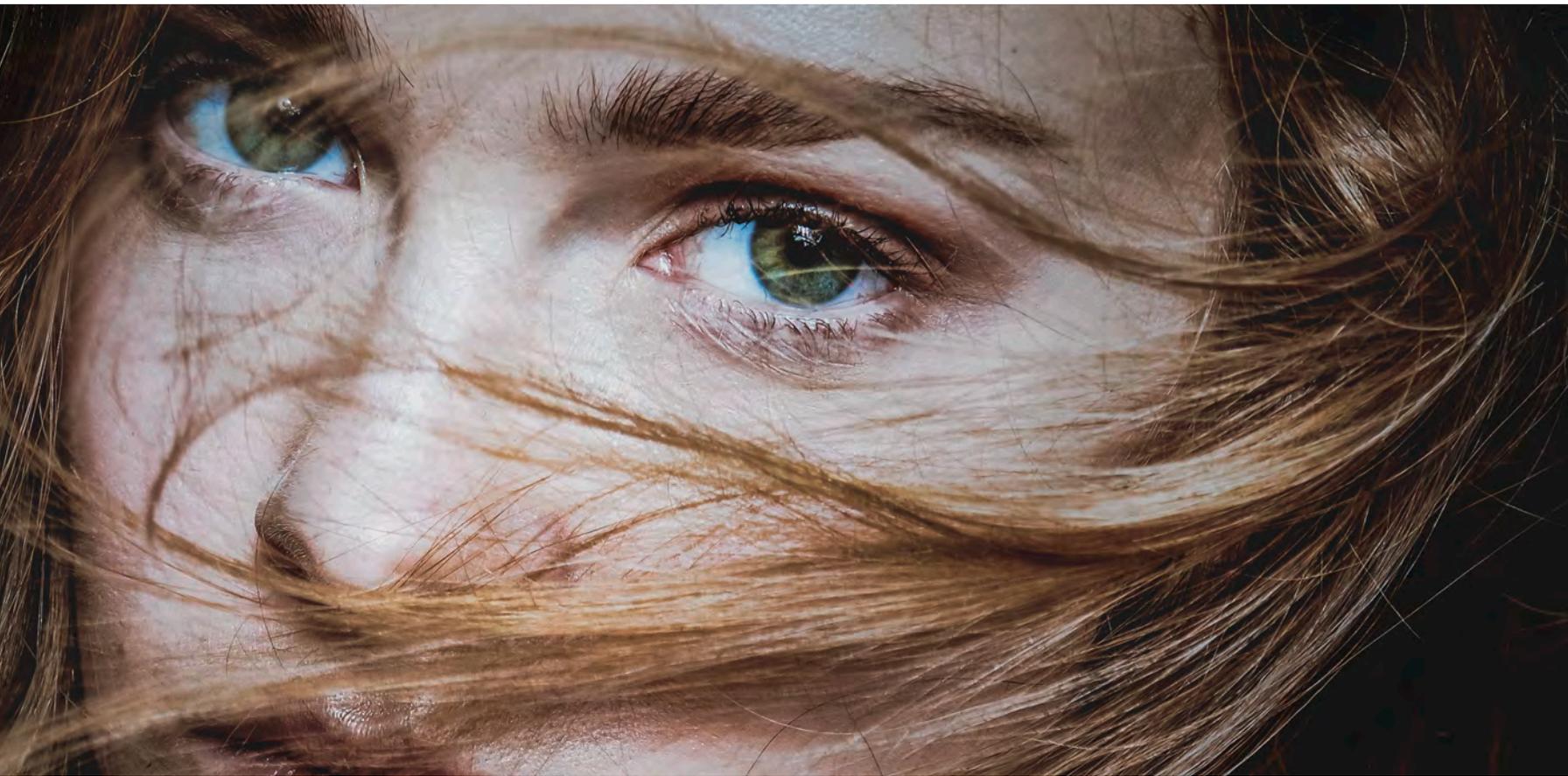
176 Seiten | Format 18,8 × 24 cm
ISBN 978-3-89883-741-5



IM FOKUS

DER FOTOGRAF OLIVER LASSEN

*Er kam 1967 in Hamburg zur
Welt, ist einer der gefragtesten,
international agierenden
Fotografen und arbeitet schon
seit über 20 Jahren in
diesem Beruf.*



Wer im "Tor zur Welt" aufwächst, den treibt der Schaffensdrang bald hinaus und so war Oliver Lassen für seine Kunden schon so ziemlich überall auf der Welt unterwegs. Ob Urban Faces, People, Beauty, Fashion oder Still Life, der international arbeitende Fotograf ist in fast jedem Sujet zu Hause. Seine Bilder leben und strahlen. Er schafft es, einen lebendigen, emotionalen und ehrlichen Zugang zu finden und das Besondere, das Wahre, das Wertvolle hinter seinen Werken sichtbar zu machen.



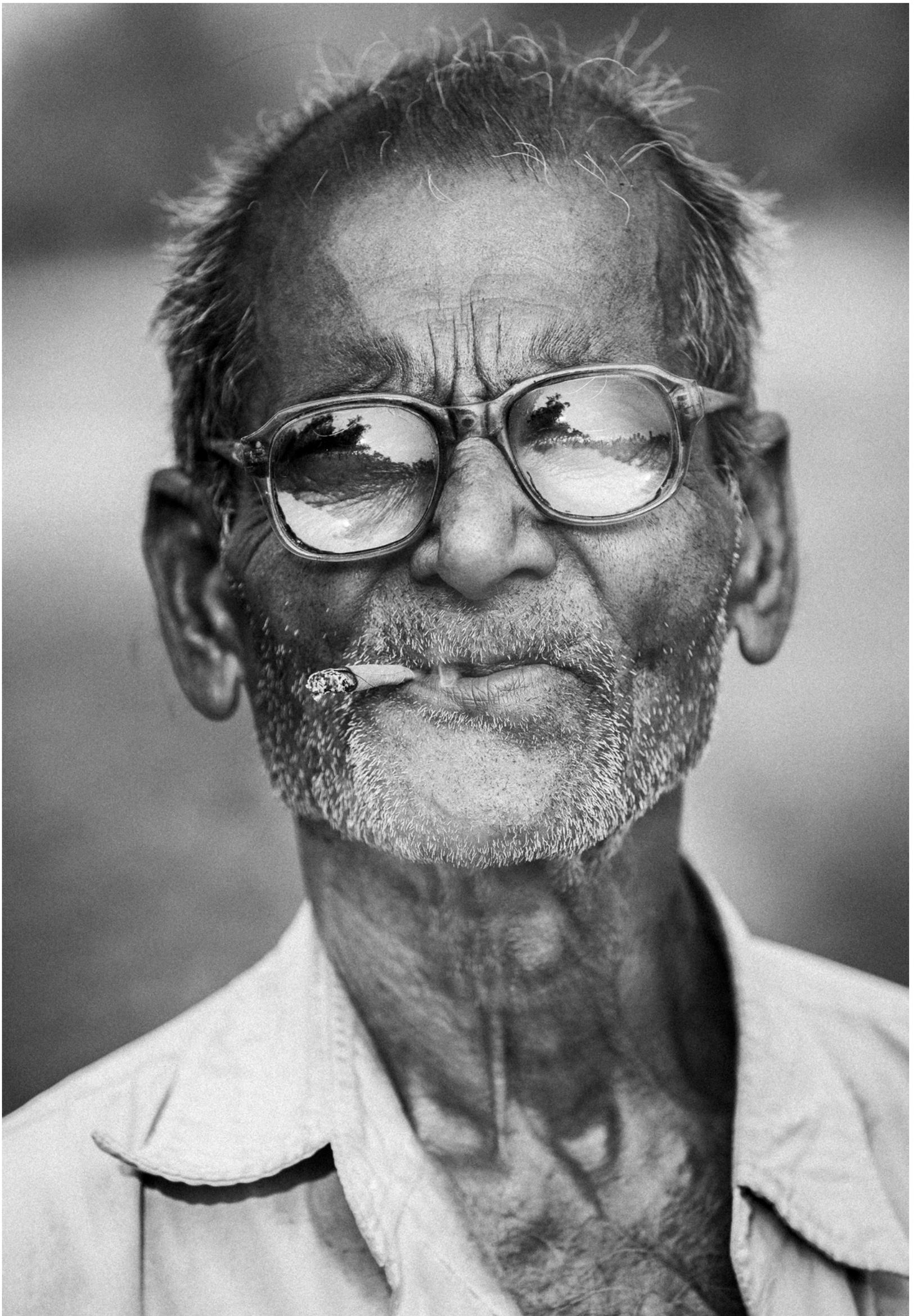




Sein professionelles Auge durchbricht die plakathafte Inszenierung und schafft eine Ästhetik, die Schönes mit Tiefe verbindet. Wer so arbeitet, bildet nicht ab, er erzählt Geschichten und kreiert durch eine gelungene Mischung aus Spontanität und Einfühlungsvermögen eine Beziehung zwischen Foto und Betrachter.

Sie machen das Wesen von Menschen, Objekten, Landschaften und Situationen sichtbar und fühlbar. Diese persönliche, authentische Qualität ist es, die ihn und die Bildsprache seiner Arbeiten so glaubwürdig, einzigartig und begehrenswert macht.











Seine Kunden suchen gerade diese Stärke und wissen, dass ihr Produkt auf eine bisher ungesehene Bühne gehoben wird. Seine Stills und besonders die anspruchsvolle „Jewellery“ Fotografie sind die große Leidenschaft Lassens. Gekonnt wird das Licht gesetzt, behutsam die Reflexe akzentuiert und ein Bild geschaffen, das wesentlich mehr ist, als eine äußerst ästhetische Produktabbildung.



OLIVER LASSEN PHOTOGRAPHY

KONTAKT

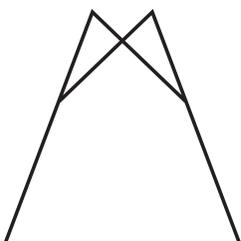
Studio Oliver Lassen
Eppendorfer Weg 87a
D-20259 Hamburg
T +49 (0) 40 491 00 77/78
F +49 (0) 40 491 00 79
lassen@studiolassen.com
www.studiolassen.com



Ausnahmskünstlerin
Magda Krawciewicz



k



Viele der Arbeiten von Magda Krawcewicz tragen poetische, rätselhafte Titel. Während des Malprozesses beschäftigt sie sich mit Fragmenten aus Texten, die sie mit der Stimmung der Bilder zusammenbringen möchte. Texte als Inspiration. Als Verstärkung von Gefühlen und Gedanken. Es sind keine Sätze, keine Titel, die so-

fort einem Autor oder Schriftsteller zuzuordnen sind. Diese Sätze sollen so rätselhaft bleiben wie ihre Arbeiten. Arbeiten, die nicht alles erklären.

Ihre Bilder verlieren dadurch niemals ihr Geheimnis, und sie verlieren dadurch auch nie das Drama, das dahinter steckt.

MAGDA KRAWCEWICZ

INTIMATE MIRACLES



Der Titel ihrer Ausstellung "Intimate Miracles" ist dafür ein gutes Beispiel. Der Titel spielt mit den ganz kleinen Momenten, die zwischen Menschen passieren, zwischen Paaren. Man liebt ja zu viel oder nie genug. Liebe ist Versprechen und Verdammnis zugleich. Früher ging es darum, ob Gott existiert oder nicht. Heute fragt man sich: Gibt es die Liebe überhaupt? Und in welcher Form? Wie schwierig es zwischen Mann und Frau ist, seine Gefühle zu zeigen, davon handeln heute fast alle Beziehungen. Wie tausend Missverständnisse zerstören, worüber eigentlich Einverständnis besteht. Stolz, Feigheit, Eigensinn, Eifersucht, Angst, Schüchternheit und all die Dinge, die sich der Liebe in den Weg stellen. Jean Cocteau sagte mal: Es gibt keine Liebe, nur Beweise der Liebe. (...)



Es sind Körper in universellen Räumen. Bloß angedeutet, verschwommen wie die Körper. Es sind Räume wie Theaterbühnen. Der Raum wird Magda Krawcewicz zum Zwangsbehältnis ihrer Sehnsüchte, Ängste, Erinnerungen und Konflikte.

ONLINE
www.seemagda.com



Die Räume und Gegenstände malt sie in ihren Bildern so entrückt, als blicke man durch ein umgekehrtes Fernrohr. Das, was zu entweichen droht, macht sie dadurch so gewaltig, dass es keiner übersehen kann: die Empfindungen der Körper. Derart unmittelbare, kraftvolle Bilder malt Magda Krawcewicz oft und hat damit ein visuelles Tagebuch geformt, das noch das Flüchtigste zu einem wesentlichen und eigenständigen Bestandteil ihres Werks macht. Die gemarterte Seele webt den Stoff, aus dem ihre Arbeiten sind. Der Gefahr, diese inneren Dramen in grellen, ermüdenden Farben heraufzubeschwören, entgeht Magda Krawcewicz mit der beziehungsreichen Dichte ihrer Vision. Bei ihren Arbeiten wissen wir nur, was sie uns wissen lässt, und je länger man ihre Bilder betrachtet, stellt man fest, dass meist mehrere Lesarten möglich sind.





BRILLIANCE OF TRADITION AND EMOTION

EINZIGARTIG UND INDIVIDUELL.

GENAU WIE SIE SELBST. IN UNSEREM ATELIER KREIEREN
WIR GANZ NACH IHREN WÜNSCHEN AUSSERGEWÖHNLICHE
SCHMUCKSTÜCKE. EGAL OB AUFFÄLLIG UND EXZENTRISCH
ODER ZURÜCKHALTEND UND ELEGANT – WIR FINDEN
DAS SCHMUCKSTÜCK, DAS ZU IHNEN PASST.
FÜR EIN BRILLANTES TRAGEGEFÜHL.

BECKER
JUWELIERE & UHRMACHER

HAMBURG · GÄNSEMARKT · 040/357 58 50
WWW.JUWELIER-BECKER.COM

BESSERE ERNÄHRUNG SEIT 1820

Jeder kennt sie – die blaue Verpackung mit der Aufschrift „Blütenzarte Kölnflocken“. Doch wo kommt sie eigentlich her und was verbirgt sich hinter dem Namen Köln?



Die Anfänge der Peter Köln GmbH & Co. KGaA liegen bereits einige Zeit zurück, nämlich Ende des 18. Jahrhunderts. Mit einer kleinen, pferdegetriebenen Grützmühle versorgte Hans Hinrich Köln von Elmshorn nach Grönland auslaufende Seefahrer mit Schiffszwieback. Nach seinem Tod ist das Geschäft übergangsweise von seiner Frau weitergeführt worden, bis sein Sohn Peter alt genug war, um im Jahre 1820 das heutige Industrieunternehmen zu gründen.

Köln entwickelte sich neben seinem Getreidegroßhandel, der bislang der wirtschaftliche Schwerpunkt des Unterneh-

mens war, im Laufe der Jahrzehnte zu einem bedeutenden Verarbeiter von Hafer. In die Modernisierung der Produkte investierte das Unternehmen kontinuierlich, um stets das Beste aus dem Hafer zu gewinnen.

In den 30er Jahren des 20. Jahrhunderts sind die Haferflocken erstmalig in kleinen Haushaltspackungen auf den Markt gekommen. Mit der hellblau-dunkelblauen Packung und mit den 1938 als Warenzeichen eingetragenen „Blütenzauber Kölnflocken“ schuf Peter Köln das Flaggschiff des Unternehmens und damit eine der bekanntesten deutschen Markenikonen.

Dr. Christian von Boetticher (Geschäftsführung Peter Köln GmbH) im Interview



Im Stadtzentrum von Elmshorn ist Köln seit fast 200 Jahren unternehmerisch tätig. Wie ist es dazu gekommen, dass sie Geschäftsführer dieses Traditionshauses geworden sind?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER Im August 2015 erkrankte Prof. Dr. Hans Heinrich Driftmann, der als Schwiegersohn von Ernesthermann Köln das Unternehmen 27 Jahre in 6. Generation geführt hatte, mit 67 Jahren unheilbar. Die Ärzte diagnostizierten nur noch eine kurze Lebenserwartung. Seine Tochter Friederike, die die Geschäftsführung später einmal übernehmen sollte, war zu diesem Zeitpunkt 24 Jahre alt und noch in der Vorbereitung auf ihr erstes juristisches Staatsexamen. Die Familie suchte daher jemanden, der über Füh-



rungserfahrung und Kenntnisse in der Lebensmittelbranche verfügt, international agieren kann und das Unternehmen wie ein Familienmitglied leitet. Dazu muss man die Veranlagung haben, nicht in Quartalen, sondern in Generationen zu denken. Aufgrund der langjährigen Freundschaft zur Familie Driftmann hat man mir das offensichtlich zugetraut, sodass ich noch von Hans Heinrich Driftmann vor seinem Tode mit einem ungewöhnlich langen Geschäftsführungsvertrag über 10 Jahre und mit umfangreichen Rechten ausgestattet wurde.

Mit seinen 335 Mitarbeiter/innen, sowie vielen Auszubildenden erwirtschaftet das Unternehmen einen Jahresumsatz von knapp 129,1 Millionen €. Wie groß ist der Druck, die Erwartungen aller zu erfüllen?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER Die Erwartungen aller kann man nie erfüllen. „Everybody's darling is everybody's Depp“, sagte Franz Josef Strauß einmal. Mein Ziel ist es, meiner designierten Nachfolgerin Friederike Driftmann eines Tages ein gut am Markt platziertes Unternehmen zu übergeben, das sich durch die getroffenen strategischen Entscheidungen als Familienunternehmen auch in den nächsten 30 Jahren behaupten kann. Um mit den multinationalen Konzernen in unserer Branche mithalten zu können, muss die Firma Peter Kölln in den Bereichen Umsatz und Ertrag wachsen und sich den Herausforderungen der 4. Industriellen Revolution, der Digitalisierung, stellen. Und dies, ohne dabei seinen sozialen Umgang mit seinen Mitarbeitern und die hohe Verantwortung für Qualität zu vernachlässigen.

Auch Traditionsmarken können durch Fehlinvestitionen, Familienstreitigkeiten oder Stagnation vom Markt verschwinden. Welche Strategie haben sie, um die Unabhängigkeit des Familienunternehmens aufrecht zu erhalten?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER Wir haben gerade eine Strategie „Köln 2025“ beschlossen, mit der wir die Zukunftschancen auf dem Nahrungsmittelmarkt noch besser ergreifen werden. Wir müssen zum einen in der Produktion effizienter werden, zum anderen unsere Marktchancen als Deutschlands größter Haferverarbeiter stärker nutzen. Dazu stellen wir die Markenführung und die Innovationsentwicklung im Hause neu auf, werden uns aber auch weitere Markenkäufe und erstmals die Investition in Start-Up zutrauen. Der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle durch die Digitalisierung kommt dabei eine große Bedeutung zu. Aber auch eine neue Internationalisierungsstrategie mit Schwerpunkten in der EU und Asien steht auf dem Programm. Derzeit liefern wir Kölln-Produkte in 35 Länder.



Peter Kölln nutzt den Leitsatz „Für bessere Ernährung. Seit 1820“. Diesem Anspruch fühlt sich das Unternehmen Peter Kölln bis heute verpflichtet. Zu dem Unternehmen gehören renommierte Lebensmittelmarken, die alle auf eine lange Tradition zurückblicken. Premiumqualität, innovative Produkte und das Vertrauen der Kunden. Welche Marken stehen im Fokus und welche sind noch zeitgemäß?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER Auch in einem Zeitalter, in denen Nahrungsmittelhersteller Lösungsanbieter für den Menschen werden müssen, spielen Marken mit ihrer vertrauten und wertgeschätzten Qualität eine große Rolle. Die Firma Peter Kölln hält neben der Traditionsmarke Kölln mit den bekannten Köllnflocken und Müslis auch die Markenrechte an den großen Speiseöl- und Fettmarken Mazola, Biskin, Livio, Palmin und Brecht's sowie an Poms Kindergrieß und Edelweiß



Prozessüberwachung und Qualitätsüberprüfung bei gebackenen Müslis

Milchzucker. Das sind alles Traditionsmarken, Mazola seit 1911 und Palmin sogar seit 1887. Natürlich müssen Marken immer wieder zeitgemäß ausgerichtet werden. So ist es z.B. heute notwendig, darauf hinzuweisen, dass Palmin trotz des Namens nicht aus Palmöl, sondern aus Kokosöl hergestellt wird, weil die Menschen hinsichtlich der Anbaumethoden sensibilisiert sind. Ansonsten werden wir alle unsere Marken mit einer konsequenten Markenführung unterstützen.

Wie wichtig ist es mit den Kunden stärker in Kontakt zu treten und durch deren Bedürfnisse und Essgewohnheiten die Bandbreite von neuen Produkten zu erweitern?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER Über unsere Marken-Webpages, aber auch über die Social-Media-Kanäle können wir heute direkt mit dem Kunden in den Dialog treten. Dies war bisher nicht möglich, da wir als Lebensmittelproduzent ausschließlich den Lebensmitteleinzelhandel beliefert haben. Nun ist es uns möglich, unsere Kunden und ihre Bedürfnisse zu analysieren, z.B. hinsichtlich gewünschter Inhaltsstoffe, Portionsgrößen, Verzehrsgewohnheiten oder Produkterwartungen. Wenn z.B. das typische Familienfrühstück immer mehr zurückgeht, hat das Auswirkungen auf unsere Verpackungsgrößen, aber auch auf die Art, den Hafer auf den Tisch zu bekommen. Mittags isst der Mensch anders als morgens. Über unseren Hamburger Flagship-Store sind wir in der Lage, neue Zutaten und Produkte direkt auszuprobieren und auf Kundenrelevanz zu überprüfen. Bei großem Zuspruch lassen sich dann zielgenau Standardprodukte entwickeln – zu einem erschwinglichen Preis.

Um seine Existenz muss nur der fürchten, der weder innovativ ist noch die Chancen der Digitalisierung nutzt.

Inwieweit zwingen Müsli-Konkurrenten wie Oetker, Nestlé und Kellogg das Traditionsunternehmen Kölln, die Produktion umzustellen und wer hat - wenn überhaupt - um seine Existenz zu fürchten?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER In der Nahrungsmittelbranche geht es bisher um Qualität und Vertrauen, aber auch um Kosten. Konkurrenten sind nicht nur die globalen Nahrungsmittelkonzerne mit ihren Produkten, sondern auch die billigen Eigenmarken der großen Handelsunternehmen. Und dennoch konnten sich Kölln-Produkte stets durchsetzen, weil wir innovativ waren ohne unsere Tradition zu vernachlässigen. Unsere Köllnflocken sind seit 1938 der Qualitätsstandard für Haferflocken und wir sind sowohl die Erfinder des Schoko-Müslis als auch des Haferdrinks („Smelk“). Viele andere haben versucht, es uns nachzumachen. Nun müssen wir lernen, die digitalen Möglichkeiten für uns zu nutzen, um mit dem Kunden in den direkten Dialog zu kommen und daraus neue



Produkte zu entwickeln. Da gibt es dann auch ganz neue Mitbewerber, die das schon sehr gut machen, allerdings ausschließlich für wenige wohlhabende Kunden im Hochpreisbereich. Um seine Existenz muss aber nur der fürchten, der weder innovativ ist noch die Chancen der Digitalisierung nutzt.

Wie wichtig ist es, Marken heutzutage online zu führen?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER Markenführung wird in Zukunft nur noch bipolar, also über klassische Medien einerseits und dialoge Medien andererseits effizient möglich sein. Weder wird die Werbung ohne die Social Media-Kanäle auskommen, noch wird sich die Marke ohne die digitalen Möglichkeiten des Kundendialogs und der -analyse führen lassen. Analog und Digital sind dabei wie zwei Seiten einer Medaille.

Und dann wäre noch die Standort-Frage zu klären: Können zukünftig alle Produkte noch in Elmshorn produziert werden oder werden andere Standorte zusätzlich anvisiert?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER Wir produzieren seit 198 Jahren in Elmshorn und verarbeiten hier inzwischen rund 56.000 Tonnen Hafer im Jahr. Neue Investitionen in die Produktion sind bereits geplant, so dass wir auch in absehbarer Zeit dem Standort treu bleiben. Die zugekauften Marken, insbesondere die Speiseöle- und fette, produzieren wir nicht selbst, sondern lassen sie u.a. in Österreich herstellen. Einkauf, Qua-

litätskontrolle und Vertrieb liegen aber bei uns. Zwar führt die Digitalisierung dazu, dass der Entscheidungsdruck auf Nahrungsmittelanbieter wächst: Bin ich ein hocheffizienter Nahrungsmittelproduzent oder ein angesehenes Lösungsanbieter für die Rahmenbedingungen der Menschen bei der Nahrungsaufnahme. Bei neuen Marken und Artikeln heißt die Frage also immer: Make or Buy? Als Haferflocken-, Müsli- und Cerealien-Produzent sind wir aber auf beides spezialisiert und das wird auch so bleiben.

Die Digitalisierung nimmt immer stärkeren Einfluss auf unser Essverhalten und beeinflusst zunehmend die Konsumenten. Inwiefern geht man jetzt schon auf die zukünftigen Fortschritte ein?

DR. CHRISTIAN VON BOETTICHER In Zukunft werden Menschen aufgrund neuer Medizintechnologie besser in der Lage sein, zu überprüfen, welche Nahrung ihnen persönlich gut tut. Früher ging es in Deutschland darum, satt zu werden, in den letzten 60 Jahren um Genuss und in Zukunft stärker darum, was gut für den eigenen Körper und die Gesundheit ist. Darum arbeiten wir bei Kölln schon heute eng mit dem Ernährungsmedizinischen Institut der Universität Lübeck zusammen. Zugute kommen uns dabei die hervorragenden Haferwerte bei Biotin, Beta-Glucan, den Vitaminen B1 und B6, sowie Eisen und Magnesium. Wir werden unsere Müslis aber in Zukunft noch stärker an aktuelle Gesundheitserfordernisse ausrichten und ganz bewusst auf Zutaten wie Aromen, Soja oder Palmöl verzichten.



Immer mehr Menschen finden Geschmack an guten Weinen. Sie legen sich einen Weinkeller an, kaufen einen Weinkühlschrank, besuchen Weinverkostigungen 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 mbH & Co. KG ist seit 1986 ein führendes Unternehmen im Weingroßhandel. Wir vertreiben Weine namhafter Produzenten exklusiv an die gehobene Gastronomie und den Fachhandel. Dies gewährleisten vor allem unsere langjährigen Erfahrungen, sowie exzellente Beziehungen zu Top-Winzern in der ganzen Welt, wie Domaines Barons de Rothschild (Lafite), Champagne Duval-Leroy, Brancaia, 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.

Unsere Crème de la Crème:

- ▶ Champagne Duval-Leroy – absolute Finesse & pure Eleganz
- ▶ D´Arenberg – das australische Spitzenweingut aus dem McLaren Vale
- ▶ La Rioja Alta – der „Rolls-Royce“ unter den Riojas
- ▶ Über 200 Spitzenweine der besten deutschen Winzer/Weingüter

Ihr Oliver Thieme
Geschäftsführer CWD

MEHR ALS WEIN

... ERFAHRUNG, KOMPETENZ, LEIDENSCHAFT



REFINEMENT IN A BOTTLE!

Champagne Duval-Leroy Brut Réserve

REBSORTEN

PINOT NOIR: 60%, PINOT MEUNIER: 30%, CHARDONNAY: 10%

BESCHREIBUNG

Finessenreicher Champagner mit intensiven Aromen von reifen, gelben und roten Früchten, Zitrus und Brioche. Perfekt als Aperitif und hervorragend zu Geflügel und Käse.

CWD
CHAMPAGNER & WEIN
DISTRIBUTIONSGESELLSCHAFT



CWD Champagner- und Wein- Distributionsgesellschaft mbH & Co.KG
Im Quartier „Die Marzipanfabrik“ · Griegstraße 75, Haus 23 · 22763 Hamburg
Tel: 040 6077284 00 · info@cwdwein.de · www.cwdwein.de

Frauen haben keine Ahnung von Wein!

Autor: Maximilian Wilm

Wein trinken ist eine Welt voller Klischees. Ein paar Beispiele gefällig? Hier ein paar Aussagen, welche ich immer wieder im Restaurant zu hören bekomme: „Deutscher Wein ist immer süß.“, „Die Österreicher panschen sowieso alle beim Wein.“, „Französischer Wein ist immer teuer.“, „Weine mit Schraubverschluss sind schlechtere Weine.“ oder „Frauen haben keine Ahnung von Wein!“

Eigentlich alle diese Aussagen sind falsch. Aber am meisten ärgere ich mich über die Aussage „Frauen haben keine Ahnung“. Das war vielleicht mal so, aber früher hatten die Damen ja auch keine Chance. Bis vor ein paar Jahren durfte die Damenwelt nicht mal selber entscheiden, was sie essen bzw. trinken wollte. Typische Situation vor ein paar Jahren: Eine Familie kommt ins Restaurant, der Mann bestellt für alle. „Die Kinder nehmen das Filetsteak, meine Frau das Hühnchen und ich das Lammkarree. Dazu einen St. Emillion für mich und einen Chablis für die Dame.“ Vielleicht hätte die Ehegattin ja auch gerne ein Glas Rotwein genossen? Aus dieser Zeit stammen auch noch die Damenkarten. Eine Frau durfte nicht mal wissen, was ihr Hühnchen und ihr Chablis kosten.

„Heute übernimmt auch gerne mal die Dame die Bestellung des Weins.“

Gott sei Dank sind diese Zeiten vorbei. Heute übernimmt auch gerne mal die Dame am Tisch die Bestellung des Weins. Oder sie darf den Probeschluck machen, selbst wenn der Ehegatte die Flasche bestellt hat. Manche Frauen beschränken sich auf Grauburgunder, Prosecco oder Lugana auf Eiswürfeln. Aber viele Damen beweisen auch mehr Geschmack und trinken tolle Weine aus der ganzen Welt. Frauen sind offener bei Weinempfehlungen und probieren gerne neue Weine, Rebsorten oder Anbaugebiete aus. Sie lassen sich eher begeistern und sind vielleicht nicht so eingefahren wie manche Herren.

Auch auf der professionellen Seite hat sich da viel verändert. Früher war sowohl die Sommelier-, als auch die Winzerbranche nahezu eine reine Männerdomäne. Heute haben wir weibliche Spitzensommelièren in vielen Restaurants. In 3 der 11 deutschen 3 Sterne Restaurants zeichnen sich heute Frauen für die Weinauswahl verantwortlich. Bei Christian Bau meine gute Freundin Nina Mann, im Waldhotel Sonnora in der Eifel Magdalena Brandstätter und bei Christian Jürgens am Tegernsee die Österreicherin Marietta Stegbuchner. Lange war Paula Bosch im Münchener Tantris die einzige Sommelière in der deutschen Spitzengastronomie. Heute sind doch deutlich mehr Frauen als Sommelieren aktiv und auch die Sommelierkurse an den Schulen haben oft einen deutlich höheren Frauenanteil als vor einigen Jahren.

Viele großartige Weine dieser Welt werden mittlerweile von Frauen erzeugt. Winzer ist nicht mehr ein reiner Männerberuf. Lisa Bunn, Julia Bertram, Meike und Dörte Näkel oder Dorothee Zilliken sind nur ein paar der weiblichen Top Winzer in Deutschland. International war es zum Beispiel Heidi Peter-

son Barrett aus dem Napa Valley, welche mit dem Kultwein Screaming Eagle (ca. 3000€ die Flasche) für Furore sorgte. Eines meiner Lieblingsweingüter, in welchem sich eine Frau für die Weine verantwortlich zeigt, ist das Weingut Paul Jaboulet Aîné aus dem Rhône Tal in Südfrankreich. Caroline Frey verantwortet die Weine dieses Ausnahme Weinguts. Tolle Hermitage Weine aus der Rebsorte Syrah aber auch leckere Easy Drinking Weine wie der Parallele 45 sind tolle Weine, welche mich immer wieder begeistern. Der Hermitage La Chapelle ist eine absoluter Kultwein und der La Chapelle aus dem Jahr 1961 war einer meiner ersten großen Weine die ich verkauft habe, als ich als Sommelier im Wiener Palais Coburg angefangen habe und dieser Wein war einer der eindruckvollsten Weine, die ich je probieren durfte.

Wein ist etwas Tolles. Wein verbindet. Bei einem guten Glas Wein kann man entspannen. Und letztendlich ist es ja egal, ob ein Mann oder eine Frau den Wein gemacht, ausgesucht, empfohlen oder serviert hat. Wichtig ist nur, dass der Wein schmeckt.

MAXIMILIAN WILM

SOMMELIER IST NICHT SEIN BERUF, SONDERN SEIN LEBEN.



Der 30-Jährige stammt gebürtig von der Rhön in Unterfranken und hat schon früh die Leidenschaft für den Restaurant-service für sich entdeckt. Im Dorint Hotel Bad Brückenau arbeitete er schon während der Schulzeit als Aushilfe und absolvierte in diesem Haus auch seine Ausbildung zum Restaurantfachmann.

Seine Wanderjahre führten ihn ins Crowne Plaza Heidelberg und auf den Obersalzberg nach Berchtesgaden in das damalige InterContinental Berchtesgaden (heute Kempinski Berchtesgaden). Hier wurde durch seinen Mentor Marco Krentzien die Liebe zum Wein so richtig entfacht und Maximilian Wilm

besuchte 2010/2011 die Wein- und Sommelierschule in München und ist seit Mai 2011 IHK-geprüfter Sommelier.

Seine nächste berufliche Station war das Palais Coburg in Wien. Dieses Haus verfügt über einen der größten und wertvollsten Weinkeller dieser Welt und Maximilian Wilm konnte dort seine Kenntnisse vertiefen und viele großartige Weine probieren und verkaufen.

Der Liebe wegen folgte im Februar 2013 der Wechsel nach Hamburg auf den Süllberg. Maximilian Wilm begeisterte seine Gäste mit spannenden Weinen aus der ganzen Welt zu den wunderbaren Gerichten aus der Küche von Karlheinz Hauser. Wilm ging gerne ungewöhnliche Kombinationen bei der Weinbegleitung ein und hielt so manche Überraschung für seine Gäste bereit. Ab Sommer 2018 eröffnet er sein eigenes Weinrestaurant am Kaiserkai 56.

2017 belegte Maximilian Wilm den 2. Platz bei der Sommelier Trophy der deutschen Sommelier Union und darf sich 2. Bester Sommelier Deutschlands nennen. Zudem gewann er den Jeunes Sommelier Wettbewerb der Chaîne de Rotisseur und durfte Deutschland bei der Weltausscheidung in Budapest vertreten.

FROM MONDAY TO SUNDAY & EVERYDAYS DARLING

Weineempfehlungen von Maximilian Wilm

CATENA CHARDONNAY

Einer der besten Chardonnays der Neuen Welt in seiner Preisklasse! Auf raffinierte Weise spiegelt er die markanten Charakterzüge der drei Weinberge La Pirámide (940 Meter), Domingo (1.130 Meter) und Adrianna (1.500 Meter) wider. Das erklärt den Facettenreichtum und die Balance dieses Weins, der mit animierender Zitrusfrucht und Noten von Birnen, Feigen, exotischen Früchten und einem feinen mineralischen Zug besticht.



ARGENTINIEN  CHARDONNAY: 100%

FEUDO ARANCIO INZOLIA

Inzolia ist eine seit Jahrhunderten auf Sizilien heimische Sorte, die harmonische und elegante Weißweine hervorbringt. Wie diesen, der mit seiner sanften, feinfuchtigen Natur zu begeistern versteht. Wunderbar zur mediterranen Fischküche! Mit einer leichten strohgelben Farbe zeigt sich dieser Wein als sehr fruchtig mit Noten von Birne, Aprikose, weißem und gelbem Pfirsich. Am Gaumen ist er knackig und fruchtig mit Noten von Vanille. Dieser Wein ist elegant, geschmeidig und füllig.



ITALIEN  INZOLIA: 100%

THE STRAITS SAUVIGNON BLANC

Silenis Premium-Sauvignon Blanc ist ein deutlich mineralisch geprägter, vielschichtiger Wein. Neben einem guten Körper verfügt er über eine brillante Balance, Schmelz und beachtliche Länge. Hier zeigt Weinmacher Grant Edmonds, wie gut er sich auf ausgewogene, saftigvolle Weißweine versteht.



ARGENTINIEN  SAUVIGNON BLANC: 100%

LES JAMELLES SAUVIGNON BLANC

Der gefragteste Weiße aus der Les Jamelles-Reihe, mit typischintensivem Duft nach roten Johannisbeeren, Zitrusfrüchten und Blüten. Der Name Les Jamelles ist zum Markenzeichen geworden – für hohe Qualität bei kleinem Preis. Von der internationalen Weinkritik mit viel Lob bedacht, von den Konsumenten geliebt. Les Jamelles steht für Verlässlichkeit pur und für sehr viel Wein fürs Geld.



FRANKREICH  SAUVIGNON BLANC: 100%



📍 CHILE 🍇 CABERNET SAUVIGNON: 100%

LOS VASCOS CABERNET SAUVIGNON

Der rote Klassiker von Viña Los Vascos brilliert mit seinem nuancenreichen Bouquet mit Anklängen von schwarzen Johannisbeeren, Kirschen und Pflaumen. Er zeigt ein elegantes, gekonnt ausbalanciertes Spiel von reifer Frucht und samtigem Tannin.

BORGOGNO NO NAME NEBBIOLO

Für innovativen Protest sind die selbstbewussten Piemonteser Winzer immer zu haben. So begehrt das Haus Borgogno jetzt gegen die ausufernde Weinbürokratie auf – und präsentiert mit dem »No Name« einen hochklassigen deklassierten Wein von den berühmten Barolo-Lagen Cannubi, Liste und Fossati.



📍 ITALIEN 🍇 NEBBIOLO: 100%

LES JAMELLES SÉLECTION SPÉCIALE

Fabelhafter Rotwein aus dem berühmten Rhônesorten-Triumvirat. Grenache und Syrah stammen von über 50 Jahre alten Reben von den östlichen Pyrenäen, Mourvèdre kommt aus der Gegend von Narbonne, nahe La Clape. Geringe Erträge, 9 Monate Barriquelager, keine Filtration. Ausdrucksstark, kraftvoll, würzig-intensiver Duft, Tiefgang, Extrakt, passendes Tannin und mediterraner Charme. Bei der Sélection Spéciale kommt die hohe Kunst der perfekten Cuvée mehrerer Sorten zum Einsatz. Es ist die Spitzenlinie von Catherine und Laurent Delaunay, behutsam im Barrique ausgebaut, vielschichtig, ambitioniert, ausgewogen – die Quintessenz von rund 20 Jahren Arbeit und Erfahrung im Languedoc.



📍 FRANKREICH 🍇 SYRAH, GRENACHE, MOURVÈDRE

GNARLY HEAD CABERNET SAUVIGNON

Das Lesegut für den Cabernet Sauvignon stammt aus verschiedenen Bereichen des Lodi-Anbaugebietes, wo diese noble Bordeaux-Sorte perfekt ausreift. Dass man hier bei der Wahl der Trauben wählerisch war, wird schnell klar: das Bouquet vielschichtig mit Anklängen an Schwarzkirschen, Brombeeren, Cassis, Veilchen, geröstete schwarze Pfefferkörner, am Gaumen kraftvoll, dicht und gut strukturiert mit guter Länge.



📍 USA 🍇 CABERNET SAUVIGNON: 100%

BESTELLADRESSEN

Weinhaus Röhr – www.weinhaus-rohr.de · Weinland Waterfront – www.weinland-hamburg.de



HAMBURGS GENUSS-BOTSCHAFTERIN

Sie kann Sterne kochen, schreibt diverse Kochbücher, sie ist als Genussmensch bekannt. Sie versteht etwas von Genuss und behauptet, dass Frauen besser schmecken können als Männer: Cornelia Poletto ist eine der erfolgreichsten Spitzenköche Deutschlands.

Ursprünglich wollte sie Tierärztin werden. Da die Hamburgerin das Kochen aber schon damals einfacher von der Hand ging als die Mathematik, absolvierte sie nach dem Fachabitur eine Ausbildung an der Hotelfachschule. Von dort wechselte Cornelia Poletto dann alsbald - als erste und bis dahin einziger weiblicher Lehrling - in die Ausbildung zu Sternekoch Heinz Winkler. Sie trotzte den harten Lehrbedingungen genauso wie der männlichen Konkurrenz und machte sich nach der Ausbildung einen Namen als Liebhaberin der gehobenen italienischen Küche.

Frau Poletto, sie entstammen einer Familie von Medizineren. Was hat sie letztendlich veranlasst, Köchin zu werden und war es von Anfang an Ihr Ziel, einen Stern zu erkothen?

CORNELIA POLETTO Als Teenager entwickelte ich eine Leidenschaft fürs Backen und habe mich enthusiastisch an aufwendigen Torten und Kuchen versucht. Und irgendwann hatte ich dann auch Lust aufs Kochen. Dass das irgendwann mal in einen Beruf und sogar einen Michelin-Stern mündet, hätte ich damals noch nicht gedacht. Eigentlich wollte ich nämlich Tierärztin werden, aber dafür waren meine Noten schlichtweg zu schlecht.

In ihrem ersten eigenen Restaurant „POLETTO“ erkothen Sie im Jahr 2002 einen Stern, den sie bis 2010 jedes Jahr neu verliehen bekommen haben. Die Schließung des Restaurants kam lediglich durch den Verkauf der Immobilie. Wie sind sie darauf gekommen, nur wenige Meter von ihrem alten Domizil entfernt, einen eigenen Feinkostladen mit angeschlossenem Restaurant, das Cornelia Poletto, zu eröffnen?

CORNELIA POLETTO Ich fühle mich in Eppendorf so wohl, dass klar war, dass ich dem Stadtteil treu bleiben wollte. Dass ich hier eine geeignete Gastrofläche gefunden habe, war natürlich großes Glück. Nach über 20 Jahren Sterneküche hatte ich einfach mal Lust auf etwas Neues. Mit der Eröffnung meiner Gastronomica habe ich mir einen Traum erfüllt. Das Niveau in der Küche ist hier nach wie vor sternewürdig, aber ich habe auch die Freiheit, mir zu erlauben, eine Jahrgangssardine aus der Dose zu servieren oder ein halbes Hähnchen auf die Tageskarte zu setzen.

Spitzenköchin in Hamburg Eppendorf, Unternehmerin, Moderatorin und Buchautorin. Wie wichtig ist es Ihnen, persönlich in ihrer eigenen Kochschule Kurse zu geben?

CORNELIA POLETTO Das ist mir total wichtig. Und es macht mir auch riesengroßen Spaß! Deswegen habe ich 2013 ein paar Häuser neben meiner Gastronomica meine eigene Kochschule, die Cucina Cornelia Poletto, eröffnet. Hier finden meine Kochkurse, die sogenannten Chef's Table statt, die ich alle persönlich leite. Das sind Motto-Abende, bei denen die Gäste mir beim Kochen über die Schulter schauen, Ihnen ein paar Tricks verraten werden und wir gemeinsam einen schönen, genussvollen Abend verbringen.

Sie haben ein Ziel: Den Menschen gutes Essen und Genuss nahe zu bringen, wie können sie diese Vision verwirklichen?

CORNELIA POLETTO Zum einen versuche ich das natürlich mit meinen Kochbüchern. Zum anderen habe ich das Glück, auch mit TV-Auftritten eine Plattform zu haben. In Sendungen wie „The Taste“, der „Küchenschlacht“ oder „Kerners Köche“ geht es u.a. genau darum – die Lust aufs Kochen zu wecken und gute Zutaten zu verwenden. Nicht zuletzt bin ich natürlich auch im persönlichen Gespräch mit meinen Gästen so etwas wie eine Genuss-Botschafterin.





Seit 2014 sind sie Teil der jährlich stattfindenden Dinnershow Cornelia Poletto – Palazzo, ein Zirkus-Programm mit begleitendem Vier-Gänge-Menü, das in der Wintersaison für mehrere Monate in einem Spiegelzelt vor den Hamburger Deichtorhallen gastiert. 20 Jahre Sterneküche haben Sie geprägt. Sie fühlen sich verpflichtet auch in Zukunft dem Kochen auf hohem Niveau mit erstklassigen Produkten treu zu bleiben. Wie wird ihr Anspruch hier gerecht?

CORNELIA POLETTA Es ist eine große Herausforderung, Abend für Abend im Palazzo-Zelt 350 Menüs in gleichbleibend guter Qualität zu servieren. Aber es ist machbar! Das Geheimnis neben guten Produkten ist ein eingespieltes, gutes Team. Und das haben wir im Palazzo. Die Crew hat sich vorab in meinem Restaurant den „Poletto-Feinschliff“ angeeignet und ich selbst bin mehrmals die Woche im Zelt, um mich von der Qualität des Essens zu überzeugen und hier und da zu justieren, wenn mir etwas nicht hundertprozentig gefällt.

Was sind ihre Ziele für die Zukunft?

CORNELIA POLETTA Ich möchte noch viele Menschen mit meiner Küche glücklich machen.





IZAKAYA

ASIAN KITCHEN & BAR

Liebhaber innovativer kulinarischer Konzepte können sich nun in einer fantastischen neuen Location direkt am Ufer des Nikolaiflotts in Hamburg treffen.



IZAKAYA steht für moderne japanische Küche mit südamerikanischen Einflüssen – eine einzigartige Kombination, die perfekt zum weltoffenen Charakter unserer Stadt passt. Hinter dieser inspirierenden Idee stehen renommierte Unternehmer aus der Gastronomie wie Yossi Elياهو und Liran Wizman, Gründer von ‚The ENTOURAGE GROUP‘ mit Sitz in Amsterdam sowie die Geschäftsführerin der Gruppe, Stephanie Pearson. Das Unternehmen konnte bereits Erfolge z. B. mit den Restaurants MOMO, MR PORTER und THE DUCHESS in Amsterdam sowie mit der internationalen Marke THE BUTCHER feiern,

die auch kürzlich in Berlin eröffnete. IZAKAYA Amsterdam wurde 2012 eröffnet und avancierte seitdem zu einem angesagten Treffpunkt nicht nur für das dortige Szene-Publikum, sondern auch für internationale Gäste und Stars.

„IZAKAYA ist ein modernes Gourmet-Erlebnis, bei dem die Extravaganz der japanischen Küche auf peruanische Geschmacksnuancen trifft, auch unter dem Namen ‚Nikkei‘ bekannt“, so Yossi Elياهو von THE ENTOURAGE GROUP. Authentische Elemente werden mit kreativen Techniken kombiniert und erhalten so auf zeit-

OPIUM FOOD & BEVERAGE



narische Köstlichkeiten über heißer Holzkohle zubereitet. Sie dürfen sich außerdem auf weitere Highlights wie die ‚Feuerschale‘ Hibachi - ein traditionelles japanisches Gefäß zum Erwärmen von Speisen – freuen, und was wäre die japanische Küche ohne Sushi und Sashimi? Überdies wird ein raffiniertes Sakana-Menü angeboten, eine Auswahl an kleinen Speisen, die sich perfekt dazu eignen, miteinander geteilt zu werden. Die verschiedenen Gänge werden nacheinander auf kleinen Tellern serviert, sodass jeder die Chance erhält, etwas zu kosten, das er noch nie zuvor probiert hat. Es ist Teil der Erfahrung, sich später über die verschiedenen Speisen auszutauschen.

IZAKAYA wird am besten mit ‚Kneipe‘ übersetzt und ist ein Ort, der in der japanischen Kultur fest verankert ist. Außerdem findet man das Wort ‚sake‘ im Namen, sodass es kaum überrascht, dass die 360°-Bar neben ausgewählten Weinen und erstklassigen Cocktails auch seltene, hochprozentige Reisweine von erlesener Qualität anbietet. Auf der Karte stehen überdies besondere Tonics, die auf der Grundlage von traditionellem, hausgemachtem Shochu hergestellt werden. Shochu ist ein hochprozentiges, oftmals durch Destillation aus Reis oder Gerste gewonnenes alkoholisches Getränk, das auf Englisch auch oft als „Japanischer Wodka“ bezeichnet wird. Die Drinks können auch auf den Terrassen mit Blick auf das Fleet genossen werden.

Innovation und Design. IZAKAYA befindet sich im Erdgeschoss des neuen Boutique-Hotels Sir Nikolai. Beim Betreten des Hotels wird der Blick subtil auf das Restaurant im hinteren Teil des ehemaligen Kontors gelenkt, wo die Decke aus gebürstetem Edelstahl eine fließende, an Wasser erinnernde Form annimmt – die Gäste haben das Gefühl, sanft zu treiben. Dank der offenen Küche kann man die Köche bei der Zubereitung der Speisen beobachten, und Plätze an der Bar bieten den Restaurantbesuchern eine weitere Möglichkeit, inmitten des Geschehens zu sein. Die offenen Bereiche im Erdgeschoss des Hotels scheinen miteinander zu verschmelzen, was ebenfalls zum charakteristischen Stil gehört. Nicht zu vergessen ist auch der Essbereich im hoteleigenen Lichthof The Patio, wo das Glasdach bei gutem Wetter geöffnet werden kann und die Gäste den Eindruck erhalten, unterm Sternenhimmel zu speisen. Das außergewöhnliche Design des Studios FG Stijl fügt sich perfekt in das innovative Gastronomiekonzept ein.

IZAKAYA Asian Kitchen & Bar

Katharinenstrasse 29 · 20457 Hamburg

Fon +49 40 299 966 69

www.izakaya-restaurant.com

gemäße Weise das gewisse Etwas. Dies spiegelt sich nicht nur in der Speisekarte, sondern im gesamten Konzept wieder: IZAKAYA ist authentisch, aber niemals konventionell. „Wir sind überaus stolz, IZAKAYA Asian Kitchen & Bar in Hamburg eröffnet zu haben und bald auch in München einen Standort zu haben“, so der renommierte Unternehmer weiter.

Speisen und Getränke. Bewährte Techniken vermischen sich mit innovativen Elementen und lassen so einzigartige Speisen entstehen. Küchenchef Hariprasad Shetty, der immer darum

bemüht ist, seine Gäste etwas Neues probieren zu lassen, hat ein erstklassiges Menü, bestehend aus einer Vielzahl ausgewählter und unkonventioneller Speisen und Spezialitäten zusammengestellt und auf dem Robata-Grill zubereitet. Exotische Gewürze spielen eine besonders wichtige Rolle und sind eine Hommage an das historische Gebäude: Das Restaurant befindet sich in einem ehemaligen Gewürzspeicher mitten in der Hamburger Altstadt. Wie in Amsterdam, befindet sich auch in Hamburg der traditionelle Robata-Grill im Herzen des Restaurants. Die Gäste können dabei zusehen, wie der Koch ausgewählte kuli-



DER ITALIENER IN DER LANGEN REIHE

Das Casa di Roma feiert 25 jähriges Bestehen.





Raffiniert, ehrlich und bodenständig.

Suman Kumar führt seit 25 Jahren erfolgreich sein Restaurant in der Langen Reihe. Erst kürzlich hat er dieses mit Freunden, Bekannten und Stammgästen ausgiebig gefeiert. Hand in Hand arbeitet er schon seit fünf Jahren mit seinem Sohn Ricky (26) zusammen. Ricky und sein Vater ergänzen sich zu einem unschlagbaren Team und so wird dieser eines Tages das Casa di Roma selbst führen.

Das italienische Restaurant erstrahlt im neuen Glanze.

Nach und nach wurde alles hochwertig und neu gestaltet. Das Ergebnis ist beeindruckend: Die gemütlichen Holztische unterstreichen das offene Konzept und die Dekoration ist sehr elegant und modern. Im stilvollen Ambiente kann hier feinste italienische Küche genossen werden. Der Weinkeller des Restaurants hält natürlich auch eine entsprechende Auswahl an 190 verschiedenen Weinen bereit. Die Stammgäste zieht es mehrmals in der Woche in das Casa di Roma – für sie ein Ort zum Wohlfühlen und Genießen!

Der schwere Duft von Trüffel.

Die Gerichte passen sich immer den Jahreszeiten an und es ist für jeden ein Geschmackserlebnis dabei. Trüffel verleiht dem Gericht einen einzigartigen Geschmack und so werden die schmackhaften Speisen aus authentischen Zutaten besonders hervorgehoben. Sehr beliebt als Vorspeise ist das „Tatar vom US Beef mit Crème fraîche und Trüffel“, sowie auch als Hauptgang das „hausgemachte Tagliatelle mit Trüffel“. Das selbst kreierte „Sorbet mit Früchten“ lässt das Herz des Gastes höher schlagen. 25 Jahre voller Genuss!

CASA DI ROMA

Lange Reihe 76 · 20099 Hamburg
Fon 040 280 30 43 · Fax 040 280 55 034
www.casadiroma.de · casadiroma@gmx.de
Öffnungszeiten: Täglich 11:30 - 0:00 Uhr



Suman Kumar und Sohn Ricky



AU QUAI

INSPIRATION AM KAI

„Kein Genuss ist vorübergehend, denn der Eindruck, den er zurücklässt, ist bleibend.“

Johann Wolfgang von Goethe



OPIUM FOOD & BEVERAGE



Vor 16 Jahren haben das Geschwisterpaar Sylviane und Enzo Caressa ihre Vision, ein Restaurant mit eigener Eventlocation zu gründen, verwirklicht.

In einem von dem renommierten Hamburger Architektenbüro umgebauten klassischen Kühlhaus präsentieren sich das Restaurant und seine dazugehörige anmutende Eventlocation mit modernem Design und hochwertiger Technik.

Hier erleben Sie die Vielfalt und Leichtigkeit der italienisch-französischen Küche, handverlesene Zutaten, frische und regionale Produkte sowie eine kleine Prise Genialität, die das Geheimrezept „am Kai“ abrunden.

Die einzigartige Atmosphäre an der Elbmeile mit Blick auf die Hafenkulisse und das stilvolle Ambiente des Restaurants sorgen für ein unverwechselbares Flair.

Beeindruckend ist auch die flexible Raumgestaltung des Hauses, die für jede Art und Größe einer Gesellschaft den perfekten Rahmen bietet. Das Au Quai ist einfach einen Besuch wert!

Es bietet schon fast 17 Jahre Genuss, tolle Events und spannende Begegnungen – mitten im Hamburger Hafen. Mehr Hamburg geht nicht!

AU QUAI RESTAURANT

Große Elbstraße 145 B-D · 22767 Hamburg

Fon 040 380 377 30 · Fax 040 380 377 32

www.au-quai.com · info@au-quai.com

Öffnungszeiten:

Mo. - Fr. 12:00 Uhr - Open End

Sa. 17:30 Uhr - Open End

Sonntags Ruhetag



Traumhafter Ausblick auf der Elbterrasse des Sagebiels Fährhaus



DIE GENUSSPIRATEN IM SAGEBIELS FÄHRHAUS



Das Sagebiels Fährhaus blickt auf eine abwechslungsreiche Geschichte zurück. Bereits im Jahre 834 errichtet, wurde das Fährhaus, dank der exponierten Lage im malerischen Blankeneser Treppenviertel mit Blick auf die Elbe, schnell zur attraktiven Adresse für Fährleute, aber auch Ratsherren, die sich hier mit ihren Verhandlungspartnern trafen. In den letzten Jahrhunderten seiner Geschichte entwickelte sich das Fährhaus zum Gasthaus – bis November 2016. Das Sagebiels Fährhaus musste geschlossen werden. Doch seit Sommer 2017 stehen wieder die Töpfe auf dem Herd – unter neuer Bewirtung und mit frischem Konzept.

Die Genusspiraten servieren eine große Vielfalt an Genüssen – Fisch, Fleisch und Mediterranes aus der deutschen sowie internationalen Küche. Neben einer Klassiker-Karte gibt es bei den Genusspiraten eine wöchentliche wechselnde Spezialitätenkarte mit ausgewählten regionalen, sowie internationalen Highlights. Und wer möchte, genießt obendrauf noch einen kreativen Drink von der hauseigenen Bar.

GENUSSPIRATEN IM SAGEBIELS FÄHRHAUS

Blankeneser Hauptstraße 107 · 22587 Hamburg
Fon 040 86 15 14

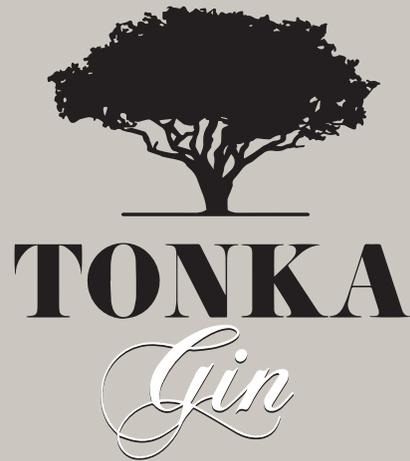
www.sagebiels.com · kontakt@sagebiels.com

Öffnungszeiten:

Mi. – Fr. 17:00 - 22:00 Uhr

Sa. - So. 12:00 - 22:00 Uhr

Montags und Dienstags Ruhetag



TONKA Gin

3 Jahre Tonka Gin aus Hamburg

Tonka Gin 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, drei Jahre alt.



Sein Schöpfer Daniel Soumikh baut die Marke gemeinsam mit seiner Frau Serap auf und freut sich mittlerweile über Bestellungen aus Österreich, Italien, Frankreich, Belgien, England sowie Spanien. „Wir sind stolz, dass wir unseren Umsatz jedes Jahr verdoppeln können“, so Soumikh, der seinen Gin bereits in Top Bars in New York, Chicago und Paris etablierte. „Wir haben von unseren Kunden und aus der Gastronomie viel Unterstützung erfahren – dafür sind wir dankbar.“ Dem außergewöhnlichen Geschmackserlebnis verfiel Tonka Gin Erfinder Daniel Soumikh auf einer Spanien-Reise. Er genoss einen Gin Tonic, über den zur Verfeinerung Tonkabohne gerieben wurde. „Der Geschmack hat mich von da an nicht mehr losgelassen. Ich hatte sofort die Idee, einen Gin zu entwickeln, der das Aroma beinhaltet und perfekt zu Geltung bringt“, erinnert sich der Hamburger, der damit an seine berufliche Erfahrung im Spirituosenmarkt anknüpfte.

Bei Gourmets und Sterneköchen spielt die kleine Bohne schon lange eine große Rolle. Ihre süßlichen, vanilleähnlichen Aromen werden zum Würzen von Gerichten und zur Verfeinerung von Desserts verwendet. Soumikh ließ sich von der exotischen Bohne, der aphrodisierende Eigenschaften zugeschrieben werden, inspirieren und verlieh seiner Manufaktur-Spirituose mit der Tonkabohne und 22 weiteren Botanicals einen besonderen Twist, der sich vom herkömmlichen Wacholderbouquet abgrenzt. Nach fast 24 Monaten und zahlreichen Tastings, Rezepten und Kleinstserien, ist auch eine Destillerie bei Hamburg gefunden, die die Rezeptur umsetzen konnte.

Tonka Gin war geboren und kam im September 2014 erstmals auf den Markt. Schnell wurden renommierte Bars wie die Monkey Bar in Berlin, die Good Old Days Bar in Hamburg, die East Gruppe oder die Hotelkette Waldorf Astoria auf Tonka Gin aufmerksam. Neben Onlineshops und Delikatessenhändlern nahmen auch Spirituosen-Fachgeschäfte die neue Gin-Marke auf. Zu den Pionier-Partnern gehören das Alsterhaus und der Feinkost-Vorreiter Mutterland in Hamburg, sowie das KaDeWe in Berlin und Galeria Kaufhof. Heute, drei Jahre später, hat sich Tonka Gin einen festen Platz auf dem heiß umkämpften Markt gesichert. Die knapp zweijährige Tüftelei an der perfekten Zutatenkombination hat sich nicht zuletzt dank der Zusammenarbeit mit kompetenten Barkeepern bestens bewährt. Neben der Tonkabohne und natürlich Wacholder, sind es insgesamt 23 Botanicals, die den Geschmack von Tonka Gin ausmachen.



ESSBARE SCHMUCKSTÜCKE

Wie essbare Schmuckstücke präsentiert Gabriel Mitchell in seiner Hamburger Pâtisserie MAISON MITCHELL die delikaten Kostbarkeiten, liebevoll-provokant „The Ladies“ genannt. So etwa die mit Thymian verfeinerte Erdbeertarte „Flamenco“, die Zitronentarte „Sunshine“ mit ihrem raffinierten Spiel aus süß und spritzig oder die unwiderstehliche Schokoladentarte „Princess Tam Tam“ in perfekter Balance aus edelbitter-süß.

MAISON MITCHELL

ABC-Straße 46 · 20354 Hamburg
www.maisonmitchell.com



Mitten im Hamburger Hafen findet sich Henssler's Küche. Für Steffen Henssler ist seine Eventlocation eine logische Konsequenz: „Henssler's Küche ist für mich die sinnvolle Ergänzung zu meinen Restaurants. Ich hatte die Idee, einen Platz zu schaffen, wo geschlossene Gesellschaften feiern können und habe dafür den richtigen Ort gefunden – und das sogar im Hafen mit Elb-blick.“

Neben Jubiläen, Hochzeiten, Weihnachtsfeiern oder Produktpräsentationen finden regelmäßig Kochkurse mit verschiedenen Themen statt.

ONLINE www.hensslerkueche.de

MAXIMALE FLEXIBILITÄT

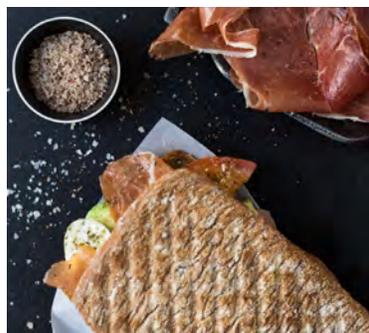
SÜDAMERIKA SURFT NACH HAMBURG

Davon träumen wohl viele - einfach raus aus dem Beruf und auf in die Welt, reisen, surfen und natürlich kochen. Das ist die Geschichte von Johannes »Jo« Riffelmacher und Thomas »Cozy« Kosikowski. Sie haben ihre Werber-Jobs an den Nagel gehängt und sich ihren Traum verwirklicht: Eine Reise durch Lateinamerika. Später führte sie ihr Weg nach Mexiko und von dort aus immer weiter. Nebenbei arbeiteten die Jungs an ihrem Restaurant in Hamburg.

SALT & SILVER: eine Mischung aus Restaurant, Bar und Experimentierküche. Hier in der offenen Showküche gibt es Tacos, Ceviche, Pisco Sours und feurigen Mezcal. Sesshaft wollen die Neugastronomen aber nicht werden, da ist dann doch zuviel Fernweh im Blut: „Von Frühjahr bis Herbst servieren wir Gerichte und Drinks, ehe wir in der Winterzeit aufbrechen, neue Länder bereisen und uns für die kommende Karte inspirieren lassen“. Bar und Café sind auch im Winter geöffnet, nur der Restaurantbetrieb ruht: „Ab Frühjahr gibt es dann die neuen Gerichte, jedes Jahr von einem anderen Kontinent. Auf diese Weise können auch die Daheimgebliebenen bei uns die kulinarische Welt im Sitzen erkunden.“

SALT & SILVER

St. Pauli Hafenstraße 140
20359 Hamburg
www.saltandsilver.net



Die Dänen kommen! JOE & THE JUICE drängt mit neuem Konzept auf den hart umkämpften Coffeeshopmarkt in Hamburg. Kaspar Basse ist der CEO & Founder. Im Jahr 2002, nach 6 Jahren in der Werbung, eröffnete er den ersten JOE & THE JUICE-Laden. Als Elite-Athlet (Dänemarks jüngster Schwarzgurt) wurde Kaspar inspiriert, eine Umgebung zu schaffen, die ein modernes urbanes Ambiente bietet, und Kunden anspricht, die auf der Suche nach Bequemlichkeit sind und einen schnellen und dennoch gesunden Lebensstil leben. Die Kunden sollen sich wohlfühlen, Musik hören, arbeiten oder Kontakte knüpfen können, während sie außergewöhnliche Saft- und Kaffee-Produkte genießen.

JOE & THE JUICE bietet hochwertige, natürliche und biologische Zutaten sowie frisch zubereitete Säfte, Shakes, Kaffee und Sandwiches. Die Spezialität sind Säfte mit sogenannten Synergieeffekten, die durch die Kombination bestimmter Früchte, Gemüse und Gewürze entstehen.

In Hamburg gibt es bereits vier Filialen in interessanten Lagen: Im AEZ, in der Europa Passage, Große Bleichen und am Stephansplatz.

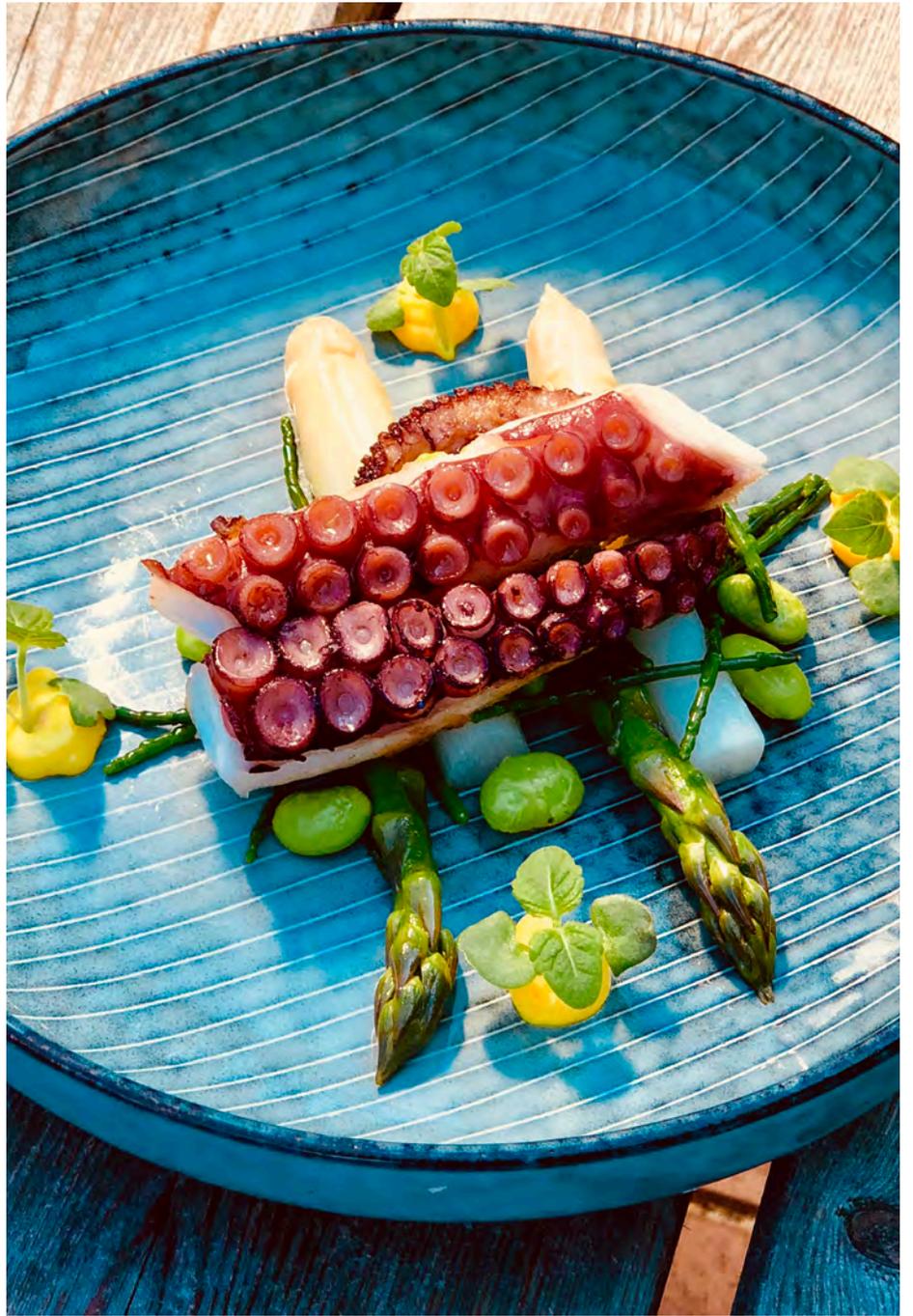
ONLINE www.joejuice.com

LOVELY FOOD & DRINKS

MÖLLER'S ANKER

WENN
BEGEISTERUNG
AUF DER ZUNGE
ZERGEHT

TM



Seit 2012 führt Thorsten Möller sein südliches Kleinod im lauschigen Sylter Süden – das Restaurant Möller´s Anker. In dem mit Liebe zum Detail eingerichteten Familienrestaurant trifft sich ein stimmiges Ambiente mit rustikalem Hafenstil und charmanter Moderne. Beste Qualität und ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis zeichnen die Küche von Thorsten Möller aus. Damit hat er sich seinen Lebenstraum von einem eigenem Restaurant erfüllt und bietet seinen Gästen köstliche Speisen an.

Für die Gäste warten Thorsten Möller und sein kreatives Team mit erstklassiger Frischeküche aus regionalem Anbau auf – und das in hoch gelobter Bio-Qualität! Neben den haften typischen Gerichten erwartet sie Fisch- und Fleischspezialitäten der Extra-Klasse. Dazu richtet der Anker seinen Gästen auf Vorbestellung auch ein feines Gourmet-Fisch- oder Fleisch-Fondue aus.

Besondere Aufmerksamkeit schenkt er seinen vegetarischen und veganen Gästen, denn hier werden alle Wünsche erfüllt.

So genießen Vegetarier die mit Quinoa-Gemüse-Salat gefüllte Paprika mit Schafskäse und würzigem Tomatensugo. Veganer sind immer wieder von dem erstklassigen Thai-Gemüse-Curry angetan, das mit Ingwer, Koriander, Chili, Zitronengras, Nüssen und Basmatireis angerichtet wird.

„Die Nachfrage wird immer stärker und mittlerweile ist für viele aus diesem Trend eine Lebenseinstellung geworden. Davon will und kann ich mich nicht verschließen“ so Thorsten Möller. Abgerundet wird die Speisekarte durch die aufmerksame Kinderkarte und den Spezialitäten-Tagen, wie zum Beispiel die freitäglichen frischen Miesmuscheln, dem außergewöhnlich populären Labskaus-Tag am Mittwoch und einer ausgefeilten internationalen Weinkarte, die jedem Gast gerecht werden sollte.

MÖLLER'S ANKER

Blankes Tälchen 8 · 25997 Hörnum · Sylt

T +49 (0) 4651 881050

www.moellers-anker.de · info@moellers-anker.de

TARIK ROSE

CROSS

Ein echtes Multitalent. Tarik Rose stand schon als Kind mit seinem Großvater am Herd. Sein Taschengeld verdiente er sich als Pizzabäcker und Tellerwäscher. Inzwischen hat er eine Ausbildung zum Koch absolviert, wurde im Jahr 2004 Chefkoch im Restaurant „Engel“ in Hamburg und ist heute der Inhaber. Auf ZDFneo war der Ex-American-Footballer einer der „Beef Buddies“, im NDR kocht er in der Sendung „Iss besser!“, im ARD Buffet ist er regelmäßig zu Gast. Beim Neustart der ZDF-Kult-Sendung „Kerners Köche“ war Rose Teil der kochenden Crew und ist bei der „Küchenschlacht“ einer der Juroren. Darüber hinaus ist er passionierter Fotograf und entdeckte jüngst das Radrennfahren für sich. Anfang des Jahres ist sein erstes eigenes Kochbuch erschienen.

Interview Ulrike Hagen
Fotos © Wolfgang Schardt für ZS Verlag GmbH

Seine Geheimwaffe: Frische, regionale Zutaten

OVER





Tarik, was macht deine Fernseh-Sendungen so besonders?

TARIK ROSE Meine Kernkompetenz ist das Kochen. Ich stelle mich nicht vor die Kamera, weil ich meinen Kollegen zeigen muss, wie es besser geht und sehe mich auch weniger als Entertainer. Vielmehr habe ich eine Leidenschaft dafür, zu vermitteln wie man mit einer Handvoll Zutaten von guter Qualität leckeres auf den Teller zaubern kann. Schwerelos. Schnell und bezahlbar. Und vor allem: Supergesund. Man könnte also sagen, ich erfülle einen kulinarischen Bildungsauftrag.

Was wäre denn so ein gutes, günstiges, gesundes Gericht par Excellence?

TARIK ROSE Oh, da gibt es so vieles. Meine geschmorten Möhren à la Currywurst zum Beispiel. Ein schnelles Linsencurry. Gemüse aus dem Backofen, einfach nur mit frischen Kräutern, Olivenöl, Pfeffer und Salz. Ein schneller Feldsalat mit Avocado, Feige, roten Zwiebeln, Zitrone, Olivenöl.

Was genau macht diese Rezepte denn so viel besser?

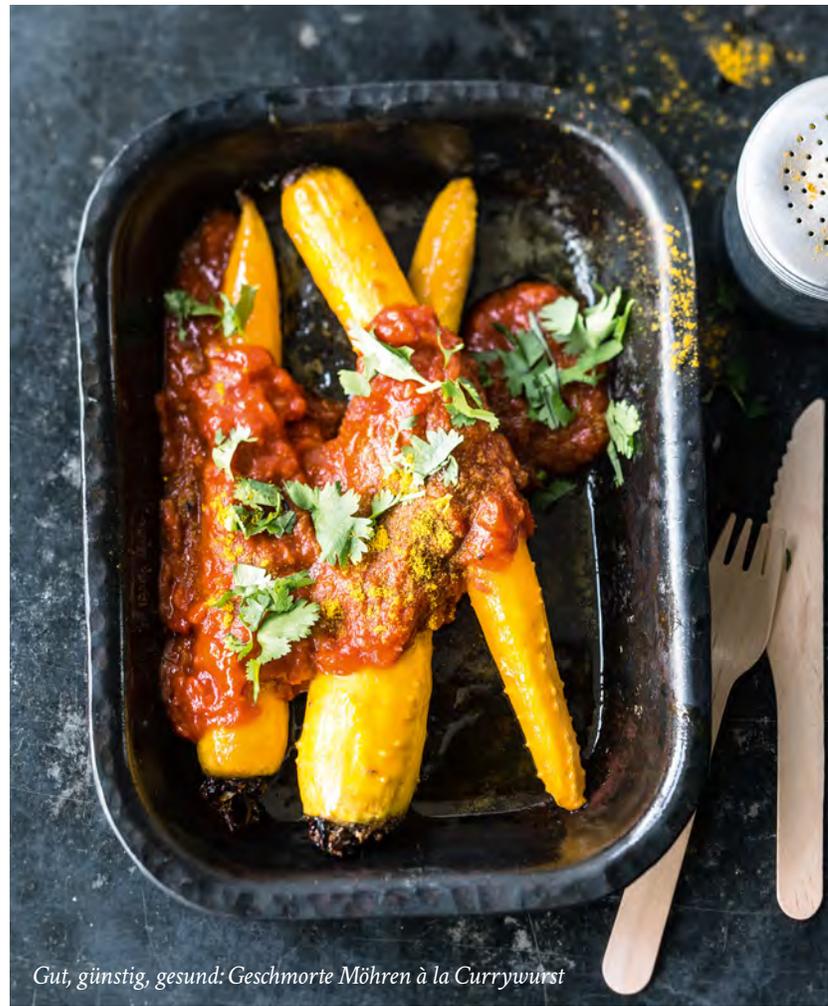
TARIK ROSE Viele meiner Zutaten haben eine Funktion und tun unserem Körper darum auch so gut. Ob Kichererbsen, Granatapfelkerne, Heidelbeeren oder frische Kräuter. Dank sekundärer Pflanzenstoffe sind sie wahre Powerpakete und unterstützen den Körper z.B. bei der Abwehr freier Radikale. Zum anderen wird man bei mir kein Gericht finden, in dem raffiniertes Zucker steckt. Stattdessen setze ich z.B. auf getrocknete, gehackte Früchte. Auch auf Weizenmehl verzichte ich fast immer, weil Dinkel das wertigere Getreide ist. Und: Die Kombination bestimmter Zutaten wirkt Wunder. Ein wenig Petersilie als Salat zu Nudeln gereicht, hilft zum Beispiel, den Säure-Basen-Haushalt zu regulieren. Diese Körper-Balance ist ein wichtiger Baustein, um sich fit zu fühlen.

Du nennst diese entsprechenden Fit-Faktoren sogar in deinen Rezepten...

TARIK ROSE Neben den Zubereitungstipps gibt es jede Menge Infos und Anregungen in meinem Buch, die ich „Healthy Hints“ nenne. Mit diesen speziellen und einfachen Kniffen kann man gut auch andere Gerichte „bearbeiten“ und optimieren. So erweitert sich das Bewusstsein dafür, wie einfach es ist, mit kleinen Tricks gesünder zu kochen, nach und nach.

Du sagst, dogmatische Ernährungskonzepte bringen nichts. Dennoch: Welche Ideen sind dir nahe?

TARIK ROSE Ich gebe nichts auf Food-Trends, die nach Lust und Laune durchs Dorf getrieben werden und dann jeweils als das Hippste gelten, was man auf den Tisch bringen kann. Ausserdem: Wenn es nur noch darum geht, Nahrung zu sich zu nehmen, um Regeln zu befolgen, kann man sich gleich an einen Tropf hängen und sich mit dem Nötigsten versorgen lassen. Angelehnt ist meine Küche jedoch definitiv an Paleo und Clean Eating. Ich habe nämlich etwas gegen verarbeitete Lebensmittel, die immer länger haltbar gemacht werden



Gut, günstig, gesund: Geschmorte Möhren à la Currywurst



Tariks Müsli mit Nüssen

und in denen am Ende nichts mehr steckt. Das ist auch der Grund, warum ich vermeide, in Wasser zu garen, zu dünsten oder zu blanchieren. Die Nährstoffe landen nämlich im Kochwasser und werden damit weggeschüttet. Auch mit raffiniertem Zucker habe ich ein Problem, und halte darüberhinaus aus eigener Erfahrung eine basisch-ausgewogene Kost für wichtig.

„Zutaten-Basics: Ein gutes, kaltgepresstes Olivenöl, Knoblauch, Zwiebeln, Tomatenpassato, getrocknete Linsen.“

Gesund und lecker ist toll. Aber darf es auch mal etwas Unvernünftiges sein?

TARIK ROSE Wenn man sich den Großteil der Woche gut ernährt, darf man auch mal ein, zwei Tage essen, was man will, ohne darauf zu achten, ob man vielleicht gerade sündigt.

Solche sogenannten „Cheat Days“ sind wichtig für die Seele, davon bin ich fest überzeugt.

Welche smarten Zutaten-Basics findet man immer in deinem Küchenschrank?

TARIK ROSE Ein gutes, kaltgepresstes Olivenöl, Knoblauch, Zwiebeln, Tomatenpassato, getrocknete Linsen. Linsen werden gnadenlos unterschätzt: Sie sind zwar nicht basisch, aber haben auf den Körper einen positiven Säureeffekt, bieten uns hochwertiges Eiweiß und Vitalstoffe. Bei den Pharaonen waren sie darum sehr populär und eine beliebte Grabbeigabe.

Was war dein größter Koch-Faux-Pas?

TARIK ROSE Das ist schon etwas länger her. Ich habe mit meinem Großvater zusammen gekocht, ein deftiges, klassisches Gulasch. Statt der Paprika habe ich großzügig mit Chillies gearbeitet. Das Ergebnis war kaum essbar, aber mein Opa hat mit tränenden Augen duchgezogen. Er wollte meine Mühe honorieren – und mir nicht die Freude verderben...



Lammfilet mit Kichererbsenpüree und Granatapfeltopping

Es fällt auf, dass viele deiner Rezepte aber ohne Fleisch auskommen...

TARIK ROSE Ja, es sollte auch in der Ernährung nicht die Hauptrolle spielen. Der klassische Sonntagsbraten, das „gute“ Stück Fleisch einmal in der Woche hat auf jeden Fall seine Berechtigung, wenn einem danach verlangt. Dabei sollte man aber auch die Verantwortung für die Wahl nachhaltiger, artgerechter Aufzucht übernehmen.

Du wirst bislang von den Gourmet-Bibeln Michelin und Gault Millau verschmäht. Macht dir das etwas aus?

TARIK ROSE Nicht wirklich. Nach meinem Empfinden müssen die bisherigen Bewertungskriterien für die Auszeichnungen überdacht werden. Bestimmte Dinge haben sich geändert und werden dort einfach nicht verstanden und ignoriert – wie das Nose-to-tail-Prinzip oder eine unprätentiöse Küche in höchster Qualität. Wir haben darum in letzter Zeit die Datenblätter auch gar nicht mehr zurückgeschickt.

Wenn es nicht der Michelin-Stern ist, was ist dann dein größter Wunsch?

TARIK ROSE Ich träume von einer Erlebnislocation ohne À-la-carte-Reservierungen. Einen Ort, in dem gleichermaßen gemeinsam gekocht und gegessen wird, also eine ganz neue Art des Kochkurses, in dem ich meine Food-Philosophie und meine Idee von gutem Essen und Nachhaltigkeit vermitteln kann.



Lachs im Glas mit Avacado und Walnüssen



TARIK KOCHT DICH FIT

Ohne Chichi zum Besserer und zwar ohne großen Zeitaufwand. Der sympathische Hamburger mag kein „großes Gedöns“ am Herd. Dafür liebt er regionale Zutaten: heimische Superfoods wie Kartoffeln, Möhren, Grünkohl, Brokkoli, die er weit weg von ihrem spießigen Image zu coolen Gerichten verwandelt. Immer überraschend, mit Know-how und Kniff. Dabei entsteht moderne Alltagsküche: Knuspermüsli mit Nüssen, pochierter Fisch in Kokosmilch mit Mangold oder Coq au Vin in der Express-Version.

INFORMATION

Tarik Rose | Tarik kocht dich fit
ZS Verlag

176 Seiten | Format 18,8 × 24 cm
ISBN 978-3-89883-741-5

FETISH

FR

Thomas Pfizenmaier passt in keine Schublade: Er war Musikmanager, Party-Veranstalter, politischer Aktivist und Pornodarsteller. Seit rund 20 Jahren betreibt er den „Slut Club“ in Hamburg. Leder ist das Symbol seiner sexuellen Befreiung und der Club ein hart erkämpfter Freiraum.

An diesem Donnerstagabend ist Nacktparty im Slut Club in St. Georg. Nur Schuhe sind erlaubt, selbst Eau de Toilette ist unerwünscht. Ein Gast hat keine Zigaretten mehr: Er eilt nur in seinen Schuhen hinaus aus dem Club, entert eine Bar in der Langen Reihe, wo er sich eine Packung aus dem Automaten zieht. Als er zurückkommt, wird er von den anderen Nackedeis am Tresen gefeiert wie ein Held. Das ist selbst für Thomas Pfizenmaier kein ganz gewöhnlicher Tag. Seit 18 Jahren organisiert der ehemalige Musikmanager schwule Fetischpartys und betreibt zwei Clubs in Hamburg und Berlin. Dafür hatte er einst seinen Job bei Universal Music an den Nagel gehängt und sein Bürooutfit gegen eine Leder-montur getauscht.

THOMAS SIEHT SICH ALS MACHERTYP, PRAGMATIKER UND AKTIVIST. SCHWUL ZU SEIN, WAR FÜR DEN GEBÜRTIGEN SCHWABEN SCHON IMMER AUCH EIN POLITISCHER AKT. STATT SICH WIE VIELE ANDERE GLEICHGESINNTE ZU VERKRIECHEN ODER ÜBER FEHLENDE ANGEBOTE ZU JAMMERN, BESCHLOSS ER, SICH MIT IHNEN ZU VERNETZEN.

Aus dem Umfeld des ehemaligen Front Clubs rekrutierte er in den 90er Jahren DJs wie Boris Dlugosch und organisierte unter dem Namen „HIP-To_NICE“ Hamburgs erste Tea-Dance-Party im Kontor. Damals waren gerade mal 200 Leute in der Szene aktiv. Es war die Zeit, als Micha das Ostgut in Berlin betrieb, Thomas Hermanns die 7.

Avantgarde in München organisierte und im „Anderen Ufer“ in Berlin Steine in die Fensterscheiben flogen. Schon 1987 hatte Pfizenmaier mit dem Grünen-Politiker Volker Beck die erste schwule Plakatkampagne gegen die Volkszählung angeleiert oder Demos gegen den damaligen Leiter des Münchner Kreisverwal-

tungsreferats, Peter Gauweiler, mobilisiert. Wie man Menschen zusammenbringt, hatte er dabei gelernt. „Damals gab es nur zwei Möglichkeiten, das verbohrt

Bürgertum zu bekämpfen: entweder der RAF beitreten oder die schwule Revolution einleiten“, sagt Thomas.

Die Freizügigkeit, mit der heute an vier Wochentagen im Slut Club getrunken, geflirtet und schwuler Sex gelebt wird, hätten sie sich hart erkämpfen müssen.

Pöbeleien und Spuckereien waren damals an der Tagesordnung; so wie eingeworfene Fensterscheiben und gewaltsame Übergriffe „besorgter“ Bürger. Spätestens seit sich jedoch Politiker und Profifußballer im Fernsehen outen, Regenbogenfähnchen in Schaufenstern biederer Einkaufsstraßen hängen und das gehobene Bürgertum die schwule Konditorei „Gnosa“ in Hamburg für ihr formidables Frühstück und die legendäre „Birnen-Tarte“ schätzt, ist das Schwulsein zumindest in manchen Bereichen der Gesellschaft einfacher geworden.

Die fast biedermeierliche Ruhe und Gemütlichkeit schmerzt den Aktivisten Pfizenmaier: „Mich stört das fehlende Bewusstsein der Nachfolgeneration. Läden wie mein Slut Club oder das Berliner Berghain sind nicht vom Himmel gefallen. Wir mussten uns jeden Freiraum erobern. Heute setzen sich alle in das gemachte Nest und vergessen dabei die Demut vor unserer Emanzipation!“

Die heteronormative Lebensweise hat längst schwule Lebensgemeinschaften erreicht. Das erfolgreiche, hippe schwule Paar mit Französischem Bullterrier an der Leine und teuren Markenklamotten passt wunderbar in das liberale Selbstverständnis moderner Großstädte.

FRIENDS

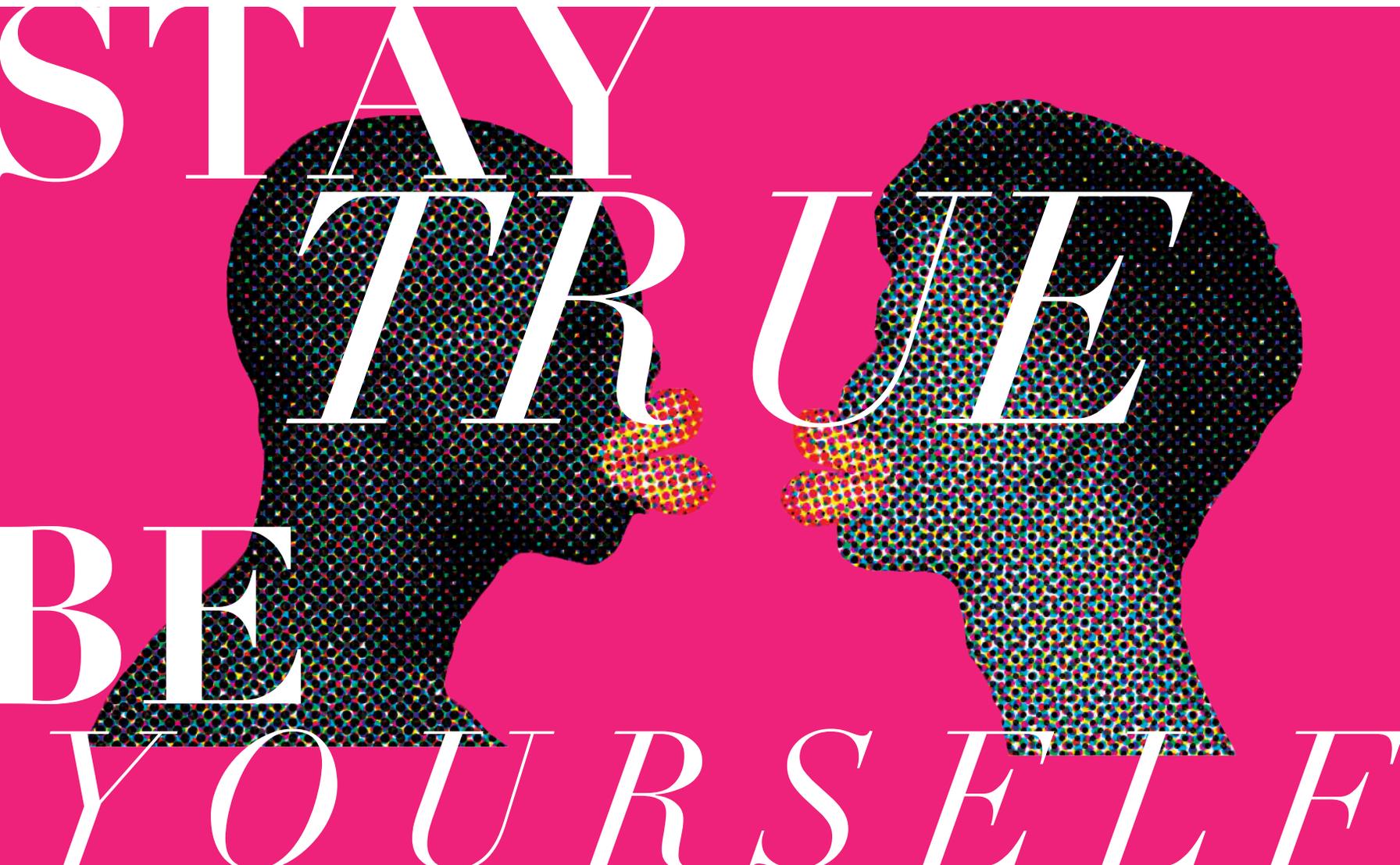
Der Leder-Daddy in der Motorradkombi, auf dessen Unterarm die tätowierten Ringe mit den Namen seiner Fisting- Partner bis zum Ellenbogen reichen, hat's da schon etwas schwerer. „Natürlich kommen auch die pruden Tanzmäuse, die gerne behaupten, mit Fetisch nichts am Hut zu haben, in meinen Laden.

DIE LASSEN SICH GERNE TREIBEN, ABER PRIVAT THEMATISIEREN SIE GEWISSE FREIZÜGIGKEITEN UND PRAKTIKEN NICHT SO GERNE“, SAGT THOMAS UND LACHT. HEUTE ZIEHT ES VIELE ZU

ONLINE-PORTALEN WIE GRINDR ODER GAY ROMEO, WO NICKNAMES UND CHATS EIN PRIVATES UMFELD VORGAUKELN.

„NATÜRLICH IST ES EINFACHER, ÜBER EIN PROFIL ZU SCHREIBEN, DASS MAN JEMANDEM DEN ARSCH RIMMEN ODER DIE STIEFEL LECKEN WILL.

Doch nur ein Club kann ein gesichertes Umfeld bieten, einen aktiven Ort der Kommunikation und des gegenseitigen Bewusstseins“, erklärt Thomas und beklagt, dass gerade bei privaten Sex-Treffen und unter Einfluss von Drogen vieles schiefgehen kann.





Fotos © Videokombinat

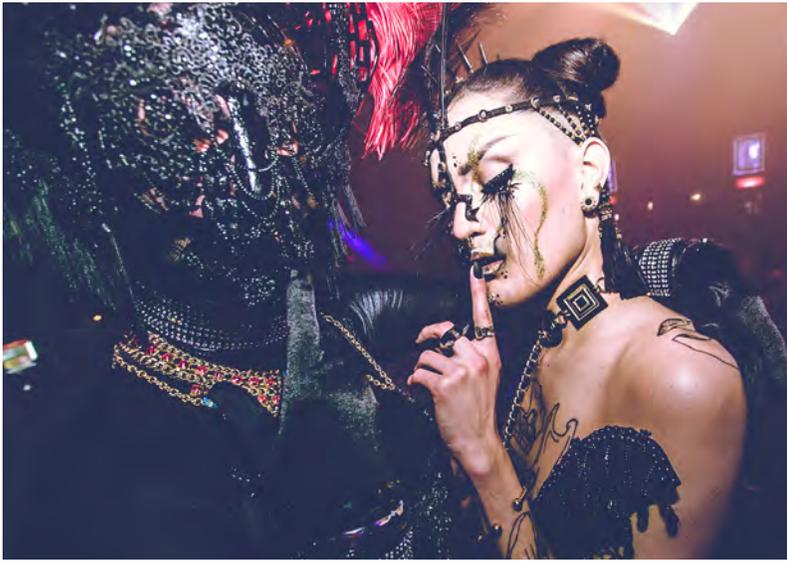
DEN KOPF GEWASCHEN

Die Wäscherei feiert in Hamburg die Party des Jahres

Hamburg ist Weltstadt – und hat jetzt mit der Belle Rouge Party zum 20. Geburtstag der Wäscherei auch eine Party gefeiert, die absolute Weltspitze war. Travestie, Strip, Burlesque und eine gut gelaunte Conchita Wurst: Das Möbelhaus hatte groß aufgefahren und in dieser Nacht London, Paris und Ibiza die Show gestohlen. Beim Anblick der Drags und Makeup-Artists aus Berlin oder Mailand kippte die eine oder andere Kinnlade runter. Was François Sagat, französischer Schauspieler und Nacktmodel, auf der Bühne veranstaltete, davon gibt es

allerdings keine Bilder. What happens at Belle Rouge, stays at Belle Rouge. Some things are just not made for everyone!

Endlich wagt sich Hamburg vor, feiert mit Fans, Freaks und Freunden eine Party, die sich im wahrsten Sinne des Wortes gewaschen hat. Nicht immer der gleiche Einheitsbrei, sondern eine Feier für alle, die anders sind und für die Normalität keine Option ist. Wo Hemmungen fallen und Grenzen überschritten werden. Bitte mehr davon, liebe Wäscherei!





WIR MACHEN DRUCK.

MIT GEFÜHL. ERFAHRUNG. LEIDENSCHAFT.

Papier weckt Emotionen. Damit sind Printmedien die optimale Ergänzung zu Onlinemedien. Noch immer vermittelt das gedruckte Wort Glaubwürdigkeit, Wertigkeit und Seriösität.

Wir sorgen für das passende Format, das richtige Material und setzen Ihre Botschaft in Szene.

EVENT. WEB. PRINT.

wdi media

OPIUM LIVING

THINGS WE LIKE



STRADA 900 100% Speed. 100% Kontrolle. Schneller und eleganter lässt sich der Begriff „Fitnessbike“ nicht fassen. Auf seinen Conti Grand Prix Urban-Reifen und den Fulcrum Racing-Laufrädern hat das Strada 900 allemal das Zeug zum Rennrad-Jäger. Und wenn die Konkurrenz einen Ausreißversuch startet, kontert der STEVENS-Pilot eben mit einem schnellen, akkuraten Gangwechsel – die neue Shimano Ultegra-Schaltung lässt grüßen – und geht locker mit. WWW.STEVENSBIKES.DE



IITALA SARPANEVA Der Gusseisentopf ist innen mit einer hochwertigen Emaillebeschichtung versehen. Er verfügt über eine ausgezeichnete Wärmeverteilung, sodass der Inhalt gleichmäßig gegart wird. Die Emaillebeschichtung sorgt dafür, dass die Lebensmittelaromen im Essen bleiben. Der abnehmbare Holzgriff kann zum Tragen des Topfes und zum Anheben des Deckels verwendet werden.

WWW.IITALA.COM

ANTI-AGING RAPID RESPONSE BOOSTER Dieses leichte, seidig weiche, schnell einziehende, flüssige Gel-Serum liefert zuverlässige und nachweisbare Ergebnisse bei der Behandlung von Falten. Es basiert auf einem neuen zielgerichteten Liefersystem, das Anti-Falten Wirkstoffe (Peptide) genau dorthin transportiert, wo sie benötigt werden, um Tiefe und Länge der Falten in nur zwei Wochen zu reduzieren. WWW.LAPRAIRIE.DE



GRACE FLOWERBOX Seit dem 1. Mai 2016 online und der erste deutsche Anbieter für das Verschenken und Präsentieren von stilvollen Bouquets. Eine edle Kartonage anstelle einer Vase, ob gänzlich aus Rosen oder mit saisonalen Lieblingen, in jedem Fall frei von monotonem Grünzeug und knisternder Verpackung. GRACE Flowerbox bietet einen zeitgemäßen Weg Dankes-, Freundschafts- und Liebesbotschaften zu versenden.

WWW.GRACEFLOWERBOX.DE

THINGS WE LIKE

OPIUM LIVING



SAMSARA Das verführerische Wundermittel für eine Frau, die Harmonie und Ausgeglichenheit ausstrahlt. Dazu tragen die Grundstoffe bei, die diese Duftkomposition ausmachen: das reinsten Sandelholz und eine Jasminvariante, die zuvor nur religiösen Opfern vorbehalten war. Entdecken Sie Ihr Parfum im legendären Bienenflakon. Das 1853 von Pierre-François-Pascal Guerlain für Kaiserin Eugénie, die Gemahlin von Napoleon III., kreierte Fläschchen ist mit dem Emblem des französischen Kaiserreiches verziert: Der Biene. Diese sollte zum Symbol für das Haus GUERLAIN werden.

WWW.GUERLAIN.COM

JOHANNES KING Mit zwei Michelin-Sternen wurde er bereits mehrfach ausgezeichnet, der Mann, der auf Sylt seine zweite Heimat gefunden hat: Johannes King. Lange Zeit konnte man lediglich auf der nordfriesischen Insel die äußerst raffinierte und gleichzeitig bodenständige Küche des Sternekochs genießen. Jetzt sind die handverlesenen Delikatessen des Zwei-Sterne-Kochs auch online erhältlich.

WWW.JOHANNESKING.DE



SANSIBAR CURRYWURST-SAUCE Natürlich ist die Auswahl von besten Zutaten sehr wichtig, aber ein essentieller Bestandteil dieser Sauce ist die Liebe, mit der sie zubereitet wird. Kleine, feine Stückchen in der Sauce und ein süß-säuerlich-würziger Geschmack, der mittlerweile unverkennbar die Sansibar Schwerter repräsentiert. Der original Sansibar Currywurst bei Ihnen Zuhause steht absolut nichts mehr im Wege!

WWW.SANSIBAR.DE



BLONDE Jörg Oppermann, bekannter Star Friseur aus Hamburg, hatte schon immer eine große Affinität zu Düften. Jetzt verwirklicht er diese Leidenschaft mit einer Duftkerzen-Kollektion im Zeichen der verschiedenen Haarfarben. Den Auftakt der exklusiven Serie macht die Nuance „BLONDE“. BLONDE verwöhnt mit einem floral, holzigen und warmen Duft. Lavendel, Rosenholz und Zimtrinde in der Kopfnote, verschmelzen mit Iris, Gewürznelke und Pfirsich in der Herznote. Abgerundet von Sandelholz, Patschuli und weißem Zeder in der Basisnote.

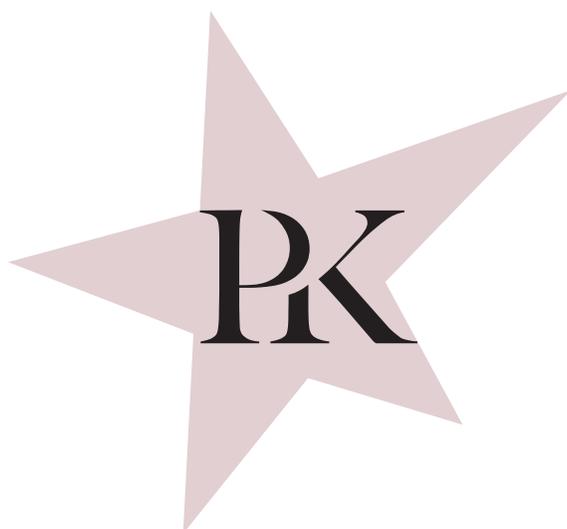
WWW.OPPERMANN-HAMBURG.DE



LUTSCHEBULLER Ein dänischer Bonbonladen mit selbstgemachten Bonbons und Lollies. Das ist die Erfüllung des großen Traums von Thomas Tantzen. Das Besondere an dem Lutschebuller Konzept ist weiterhin, dass sich Kunden ihren eigenen Bonbon konfigurieren können. Im Onlineshop kann der Kunde 1-3 Geschmacksrichtungen wählen, Formen und Farben. So kann man seine Liebsten mit einer besonderen Mischung überraschen.

WWW.LUTSCHEBULLER.DE





PATRICIA KRAMER

COSTUME JEWELLERY



SAVE 20%
ON ALL ORDERS
WITH OUR VIP
FASHION WEEK
PROMO CODE
GLAM2018



**BERLIN
FASHION
WEEK**

SHOP ONLINE

PATRICIAKRAMERJEWELLERY.COM

CELEBRATE YOUR SPECIAL MOMENTS WITH OUR GLAM ESSENTIALS, BABY!



2. HAMBURGER IMMOBILIENNACHT im THE FONTENAY



Andrea Dieckmann (Gustafsen & Co) und Eberhard Hofmann (Merck Finck Privatbankiers)



Robert Rocholl (Comoodum Management GmbH) und Hotel-Direktor Thies Sponholz



Karsten Horx (Comoodum Management GmbH)



Jürgen Deforth (Audi Hamburg) und Andreas Bloecker





Gunnar Henke (Henke Relations), Dirk Jessen (Mazars GmbH & Co. KG), Dr. Friedrich-Carl Freiherr von Gersdorff (Huth Dietrich Hahn), Christian von Järten (VON JÄRTEN & CIE Grundbesitz), David Liebig (MAGNA Immobilien AG), Philipp Stodtmeister (Merck Finck Privatbankiers), Dr. Sebastian Kühl (Huth Dietrich Hahn)



Dirk Jessen (Mazars GmbH & Co. KG) und Dr. Friedrich-Carl Freiherr von Gersdorff (Huth Dietrich Hahn)



Christian von Järten (VON JÄRTEN & CIE Grundbesitz) und Jennifer Raasch (Beiersdorf AG)



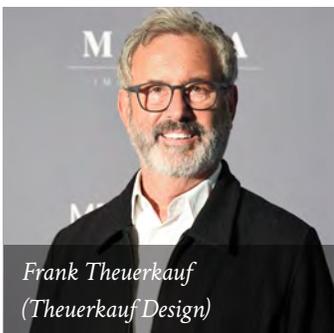
Dr. Sebastian Kühl (Huth Dietrich Hahn) und David Liebig (MAGNA Immobilien AG)



Ole von Beust (ehemaliger Bürgermeister von Hamburg) und Martin Murphy (Störmer Murphy and Partners)



Nils Schubert (Immobilien Unternehmer) und Doris Brückner (Gala)



Frank Theuerkauf (Theuerkauf Design)



Oliver Thieme und Christian Bakula (CWD)

Die Initiatoren Christian von Järten (VON JÄRTEN & CIE Immobilien), Gunnar Henke (Henke Relations) und Christian Dunger (WDI MEDIA) begrüßten gemeinsam mit David Liebig und Jörn Reinecke (Hauptsponsor Magna Immobilien AG) sowie Dirk Jessen (Mazars), Philipp Stodtmeister (Merck Finck Privatbankiers), Dr. Sebastian Kühl und Dr. Friedrich-Carl Freiherr von Gersdorff (Huth Dietrich Hahn) die wichtigsten Köpfe der Immobilienbranche zur 2. Hamburger Immobiliennacht im neuen Hotel THE FONTENAY.

Architekt Martin Murphy (Störmer Murphy and Partners) berichtete von der Planung, Konzeption und dem Bau des neuen Hamburger Fünf-Sterne-Superior-Hotels und begeisterte mit seiner ausführlichen und kurzweiligen Berichterstattung zur Entstehung des THE FONTENAY.

Küchenchef Stefan Wilke verwöhnte die Gäste mit orientalischem CousCous-Salat mit gebratenen Garnelen, langzeitgegartem Beef-Short-Ribs und Lammrücken auf Bohnenragout. Der mehrfach ausgezeichnete Chef-Pâtissier Marco D'Andrea konterte mit Baba au Rhum, Ron Zacapa mit Crème Chantille sowie gebackener Financier mit Pistazie und Matcha Tee.

Unter den rund 200 geladenen Gästen auch Ole von Beust, der sich freute, das neue „zweite“ Wahrzeichen von Hamburg zu besichtigen. Zahlreiche Themen, wie die aktuellen Herausforderungen des Wohnungsbaus, fehlende und zu teure Flächen, gestiegene Baukosten, neue Projektentwicklungen, Bürger- und NABU-Initiativen gegen Nachverdichtung, digitale Transformation und vieles mehr sorgten für angeregte Diskussionen. Viele Gäste nutzten die Gelegenheit und ließen den Abend in der Fontenay Bar im 6. Stock mit einem atemberaubenden 320°-Panorama-Blick über die Außenalster ausklingen.

Audi Hamburg sorgte mit einem exklusiven Fahrservice für den angemessenen Transport der Gäste.



VIP-Shuttle Audi Hamburg



Dr. Olaf Conrad (Edel AG) und Christian Krug (Stern)

MEDIA ENTERTAINMENT NIGHT



Künstlerin Anri Coza



York Prinz zu Schaumburg-Lippe und Jochen Fischer (Fischer Relations)

Bei der diesjährigen Media Entertainment Night trafen sich zum sechsten Mal rund 200 Medientreibende und Entscheider aus Wirtschaft und Politik in der Medienhauptstadt Hamburg zusammen, um sich neu zu vernetzen.

Das Einladungsgremium Ian K. Karan (Senator A. D.), Christian Dunger (WDI Media), Andreas Fuhlich (Haus der Kommunikation), Dan-David Golla (Born to Fly), Susan Molzow (Hamburger Morgenpost Medien), Kay Oberbeck (Google Germany), Frank Otto (Ferryhouse), Michaela Schirrmann (Dumont Media), Peter Strahlendorf (New Business) und Gunnar Henke (Henke Relations) begrüßte die Gäste zu einem unkomplizierten Get-together im neuen Hotel THE FONTENAY.

Der Architekt Martin Murphy (Störmer Murphy and Partners) hat von der Planung, Konzeption und dem Bau des neuen Hamburger Fünf-Sterne-Superior-Hotels berichtet. Die Gäste waren mehr als begeistert, nicht nur über die ausführliche Berichterstattung des Architekten des The Fontenay, sondern darüber hinaus auch, ihn persönlich kennenlernen zu dürfen.



Grit Weiss, Dr. Jo Groebel & Dr. Katharina Prinzessin zu Sayn-Wittgenstein



Lars Hinrichs (Cinco Capital) & Natalie David



Anabel Mellinghoff (Steinway & Sons), Michaela Schirrmann (Dumont Media)



Anja Tabarelli und Lutz Waage (Cunard Line)



Model Sandra Blesser & Stefanie Boehm (RTL Nord)



Fotograf Tom und Katharina Jacobi



Christian Dunger (WDI Media), Ian K. Karan (Senator a.D.), Gunnar Henke (Henke Relations)



Martin Murphy (Störmer Murphy and Partners)



Bruntje Thielke und Frank Niggemeier (Morgenpost)



Dr. Christian von Boetticher (Peter Kölln)



Elif und Nasim Amini (Commerzbank)



Sonja (Hamburger Sparkasse) & Oliver Schindler (Sweet Tec)



Stephanie von Bülow und Franziska Dunger

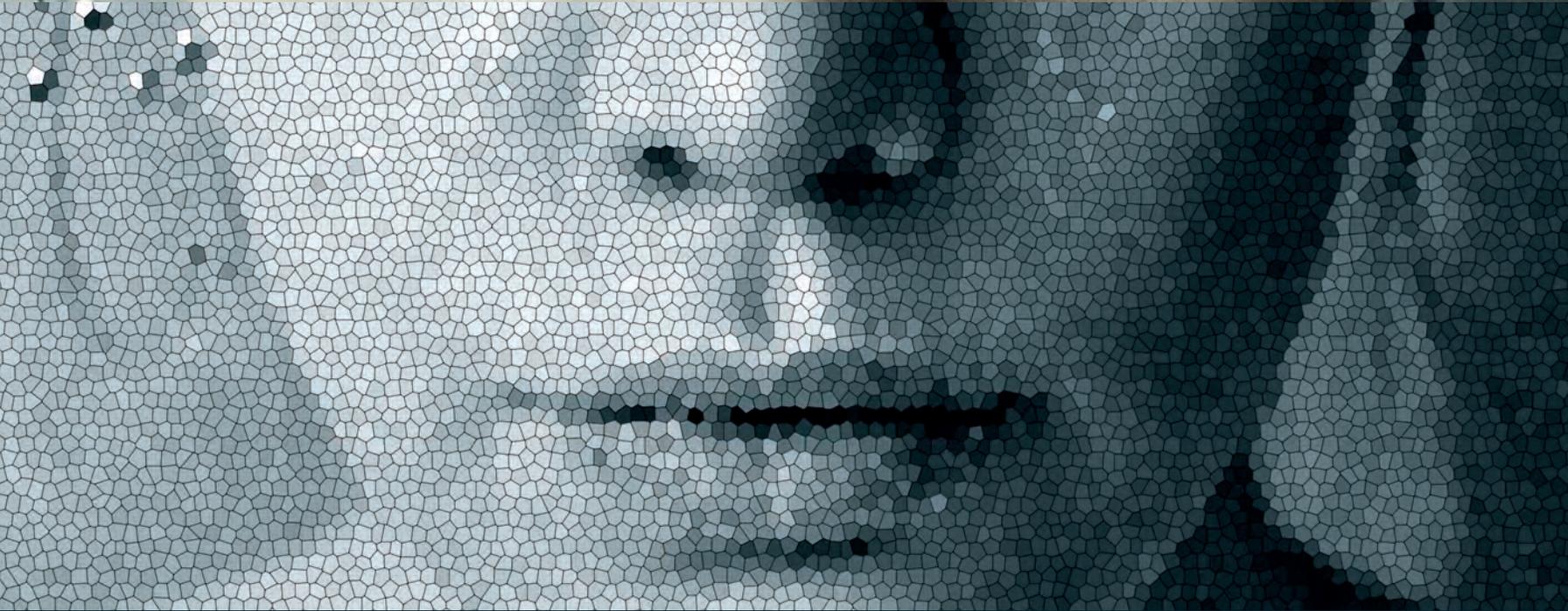


Oliver Offen (Reederei Claus-Peter Offen)

In exklusiver Kulisse und unter kulinarischer Führung von Küchenchef Stefan Wilke erwarteten die Gäste verschiedene Köstlichkeiten. An den Live Cooking Tables und bei Flying Food wurde es ein Abend zum Genießen. Von geräuchertem Thunfisch über langzeitgegarnte Beef Shortribs bis hin zu Baba au Rhum als Dessert blieben den Gästen keine Wünsche offen. Begleitet wurde der Abend von erlesenen Weinen aus dem Hause CWD und einem abwechslungsreichen Rahmen-Showprogramm. Den passenden musikalischen Anstrich verliehen der Saxophonist Christian Gastl und die Sängerin Anri Coza am Steinway SPIRIO.

Viele Gäste nutzten die Gelegenheit und ließen den Abend in der Fontenay Bar im 6. Stock mit einem atemberaubenden 320°-Panorama-Blick über die Außenalster ausklingen.

Audi Hamburg sorgte mit einem exklusiven Fahrservice für den angemessenen Transport der prominenten Gäste.



united.screens
FUTURE DISPLAY TECHNOLOGY

"Wir verändern die Wahrnehmung von Produkten, Marken und Unternehmen."

MEDIA

ENTERTAINMENT

NIGHT



Künstlerin Kristin Kossi und Frank Otto (Ferryhouse)



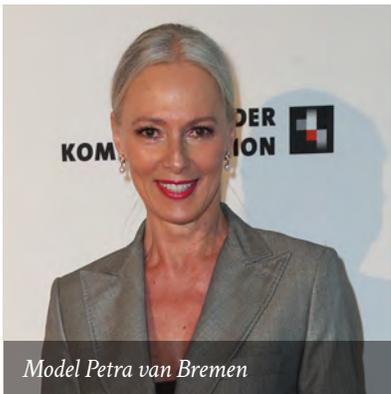
Matthias Onken (Onken Media) und Wolfgang Buss (Magazin Verlag)



Goetz Hoefler (Spiegel Online) und Isabel Harland (Harland Medienberatung)



Jan-Hendrik Maag und Malte Peters (Continental Foods)



Model Petra van Bremen



Ove Saffe (Funke Mediengruppe)



Oliver Reichert di Lorenzo



Galeristin Kirsten Roschlaub, Olaf Schmidt (Tiffany), Julia (Queen for a Day) und Martina Ruhnke



Marion Fedder (Vogue)



Karlheinz Hauser (Süllberg)



Jule Gölsdorf (Moderatorin)



CHRISTIAN BAUER

Leidenschaft für wahre Werte
seit 1880



Ewiges Zeichen

Kreisrund, ohne Anfang und ohne Ende. Ein Bekenntnis zur Liebe, zu dem erwählten Menschen. Der Trauring sammelt die Stationen einer Liebe und bewahrt sie sicher auf.

CHRISTIAN
BAUER 

www.christianbauer.de

BECKER
JUWELIERE & UHRMACHER
Hamburg Gänsemarkt

www.juwelier-becker.com

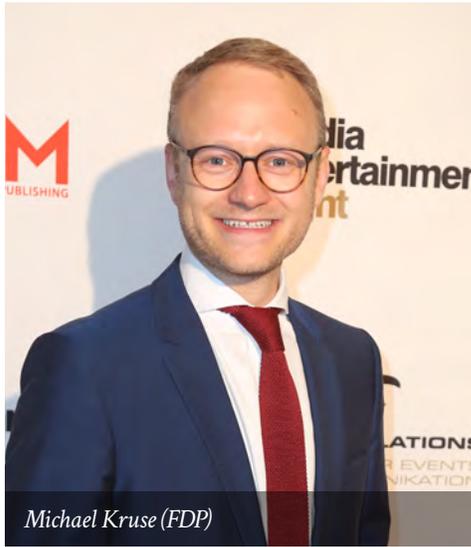
MEDIA

ENTERTAINMENT

NIGHT



Sandra Voss und Marzel Becker (Radio Hamburg)



Michael Kruse (FDP)



Petra Schulze und Jürgen Deforth (Audi)



Reinhard Mätzler (Agencycall) und Angelika Reuter (Agentur Reuter)



Sandra Henke und Bernd Hoffmann (HSV)



Schauspielerin Aslihan Kiratli



Patricia Böttcher, Dan-David Golla und Karolina Lichtenwald (Born to Fly)



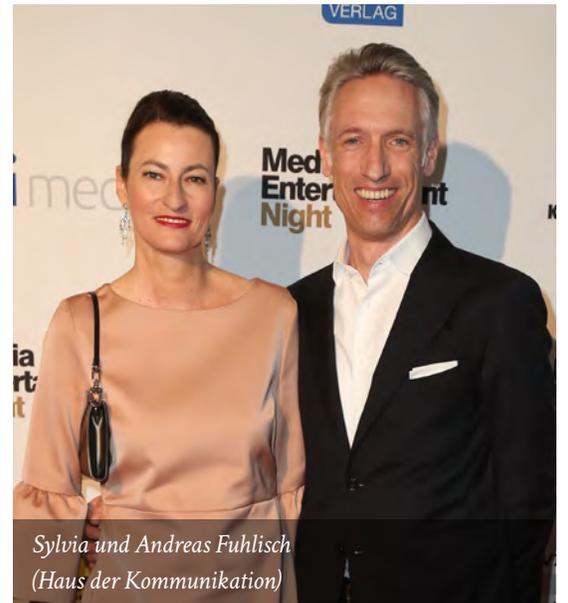
Frank-Michael Schmidt (Scholz & Friends) und Peter Strahlendorf (New Business Verlag)



Cathrin Freifrau von Seld-Thiel, Christian Barz (Barzfilm), Kim-Eva Wempe und Fritz Ahrens



Jörn Lauterbach (WeltN24), Jenny Falckenberg-Blunck und Matthias Iken (Hamburger Abendblatt)



Sylvia und Andreas Fuhlisch (Haus der Kommunikation)



I always
GO BACK TO
CANDY
in the end!





Norbert und Bärbel Körzdörfer



Sterne-Koch Thomas Martin & Judith Fuchs-Eckhoff (Direktorin Hotel Louis C. Jacob)

CHAMPAGNE PREIS

für Lebensfreude



Preisträger Kent Nagano (Philharmonisches Staatsorchester Hamburg) & Ehefrau Mari Kodama Nogano

Hamburgs Generalmusikdirektor **Kent Nagano** (66) wurde im Hotel Louis C. Jacob geehrt und ihm wurde der Champagne Preis für Lebensfreude überreicht.

„Kent Nagano zählt zu den Dirigenten, die visionär an die verändernde Kraft der Musik glauben, an ihre gesellschaftliche, verbindende und im weitesten Sinne aufklärerische Kraft“, sagte Laudatorin **Julia Spinola**.

Der gebürtige Amerikaner mit japanischen Wurzeln ist seit drei Jahren Generalmusikdirektor der Hamburger Staatsoper.

Die Vereinigung der Winzer und Häuser der Champagne zeichnet mit dem Preis Persönlichkeiten aus dem deutschsprachigen Raum aus, die sich um Lebensart verdient machen.

Nagano reiht sich somit in eine Liste namhafter Vorgänger ein. Frühere Preisträger waren unter anderem Thomas Gottschalk, Hape Kerkeling, Max Raabe, David Garrett, Axel Milberg und Barbara Schöneberger.



Klaus Schümann, Britta Wiegand & Prof. Dr. Dr. Hermann Reichensperner



Michael Lehmann (Studio Hamburg) und Ehefrau Gudrun Lehmann



Jan Hofer (Nachrichtensprecher) mit Freundin Phong Lan Truong



Andre Aue (GF DSR Hotel Holding) & Ingrida Samuolyte



Klaus Wowereit



Karen & Vijay Sapre (Herausgeber Effilee)



Susanne Schmeichl & Michael Kutej (GF Hanse Lounge)

FLAGSHIPSTORE TIMOTHY OULTON

COLLECTION 2018



DIE
WÄSCHEREI
Das Möbelhaus



ART 'N' SHOW II

Mode vergeht – Kunst bleibt

Unter dem Thema „ART 'N' SHOW“ hat die Hamburger Künstlerin SYLVIA SCHRAMM ihre Arbeiten erstmalig in der Fabrik der Künste 2015 in Hamburg gezeigt. Jetzt stellte sie - nach drei erfolgreichen Jahren - ihre „ART 'N' SHOW II“ aus.



Sylvia Schramm & Horst Werner (Fabrik der Künste)



Hadi Teherani (Star-Architekt)
mit Samira Kashkooli



Astrid Carstens, Freundin & Marion Stöter



Susanna Steinwehe, Roberto Spadoni (Objektkünstler)
& Barbara Friedrich



Gunnar Henke (Henke Relations), York Prinz zu Schaumburg-Lippe & Jochen Fischer (Fischer Relations)

BVLGARI OPENING

Rom kommt nach Hamburg



Sabine Lourimi, Nadja Auermann, Bart de Boever & Prinzessin Lilly zu Sayn Wittgenstein-Berleburg



Lena Lademann



Marie von Behrens



Ehepaar Baumann



Vicky Leandros

Unter dem Motto "FESTA ITALIANA" erlebten die geladenen Gäste gemeinsam mit Bvlgari Geschäftsführer Bart de Boever, Markenbotschafterin Prinzessin Lilly zu Sayn Wittgenstein-Berleburg, Nadja und Nick Auermann, Vicky Leandros sowie Lena Lademann, Juliane Diesner und Marie von Behrens einen exklusiven Abend in der Hansestadt.

Bvlgari präsentierte seine neue Boutique im Peter Marino Design-Konzept seinen Kunden, Prominenten und der Deutschen Presse. Im Anschluss wurden die Gäste im nahegelegenen Paulsenhaus vom italienischen Sternekoch Carmela Greco bei einem gesetztem Dinner verwöhnt.

EVENT- & TAGUNGSSCHIFFE IN HAMBURG

Sie möchten Ihr **FIRMENJUBILÄUM** oder Ihre **WEIHNACHTSFEIER** auf See feiern? Ihre **TAGUNG** zu einem ganz besonderen Erlebnis machen? Oder es sich und Ihren Gästen zum **PRIVATEN EVENT** mal so richtig gut gehen lassen? Dann chartern Sie einfach eines unserer Schiffe und übernehmen für einen Tag das Kommando!



MODERN - FLEXIBEL - INNOVATIV





Anne Schäfer und Til Schweiger



Regisseur Özgür Özgür Yildirim
mit Hauptdarsteller und Koproduzent Moritz Bleibtreu



Christiane Dopp (Filmförderung) und Uwe Rohde



Fatih Akin und Maria Köpf
(GF Filmförderung Hamburg
Schleswig-Holstein)



Lutz Marmor, NDR-Intendant und
Kultursenator Dr. Carsten Brosda

FILMFÖRDERUNG

FEIERT BRANCHENTREFF



Nicolas König (Schauspieler) und
Jens Münchow (Schauspieler)

Etwa 1000 Gäste aus Film und TV, Kultur und Politik kamen zum 20. Mal zur „WarmUp-Party“ auf Kampnagel.

„Die heutige Party ist und bleibt ein Dankeschön unseres gesamten Teams an die norddeutschen Filmschaffenden, die mit ihrem Engagement den Filmstandort zum Strahlen bringen“ - erklärte FFHSH-Geschäftsführerin Maria Köpf.



Kim-Sarah Brandts
(Schauspielerin)



Peter Heinrich Brix und Alexandra Luetkens
(Film Commission Hamburg)



Katharina Schubert
(Schauspielerin)



Lisa Blumenberg und Nina Petri



Gustav-Peter Wöhler und
Albert Wiederspiel (Filmfest Hamburg)



Mareike Fell (Schauspielerin)



OPIUM BRUNCH AT THE DOCKS

an Bord der Sea Cloud II

*Stephan Schröter, Christina Block (Block Gruppe),
Tom Jacobi (Tom Jacobi Art) & Katharina Jacobi*

Das erste OPIUM-Event fand mit rund 70 Gästen an Bord des traditionellen Windjammers Sea Cloud II statt. Als Christian Dunger, WDI Media und Gunnar Henke, Henke Relations die Idee entwickelten, ihre Liebe zu Hamburg durch ein neues Magazin mit dem Namen OPIUM auszudrücken, war es ihre Vision, die facettenreiche Strahlkraft Hamburgs widerzuspiegeln. Im Magazin OPIUM trifft man erfolgreiche Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur, Unternehmer, Designer und spannende Künstler die Hamburger sind oder durch ihr Wirken in einer engen Beziehung zur Hansestadt stehen. OPIUM ist ein unabhängiges Magazin, welches Unterhaltung und Lebensstil mit Intellekt, Charme und journalistischer Kompetenz verbindet.

„Es gibt keine bessere Location für unseren OPIUM-Brunch, als im Hamburger Hafen auf einem der schönsten mir bekannten Dreimaster“, so Christian Dunger. Die Speisen-

auswahl begeisterte auf dem Niveau eines 5-Sterne Superior Hauses. Die Gäste wurden mit frischen Meeresfrüchten, rosagebratenem Roastbeef, langsam pochiertem schwarzen Kabeljau und Beluga Kaviar verwöhnt. Die kulinarische Reise gipfelte in einem süßen, fruchtigen, kalten, knusprigen, leichten und componentenreichen Dessert-Finale.

Die Sea Cloud II wird auch liebevoll das schwimmende Juwel genannt und hält sich ansonsten in fernen Gewässern auf – im Mittelmeer, im Atlantik oder auch in der Karibik. Zum dauerhaften Erfolg dieses Schiffes trägt auch das abwechslungsreiche Rahmenangebot bei. „Das Publikum auf der Sea Cloud ist international und weltoffen – genau das schätzen wir“, so berichtet Petra Quasdorf, Senior Vice President, Sea Cloud Cruises. „Wir freuen uns sehr darüber, dass wir das erste OPIUM-Event hier im Hamburger Hafen ausrichten durften“, so Daniel Schäfer, Geschäftsführer von Sea Cloud Cruises.



Gastgeber Daniel Schäfer, Gunnar Henke & Christian Dunger



*Udo Rieglewski, Dr. Rainer Esser (DIE ZEIT),
Katja Suding (FDP Fraktionsvorsitzende),
Cornelia Gietl & Sohn*



*Jochen Fischer (Fischer Relations),
Christian von Järten (Von Järten & CIE)
& Alexandra Blohm (Juwelier Becker)*



Katharina Jacobi



*Antje-Bettina Weidlich-Strahlendorf
& Peter Strahlendorf (New Business)*



*Micaela & Eberhard Hofmann
(Merck Finck Privatbankiers)*



Tatjana von Keller (Hanse Lounge) & Verena Strasoldo-Graffemberg



*Julia Laubrunn &
Carlo von Tiedemann (NDR)*



*Thorsten Möller (Restaurant Möller's
Anker) & Pia Möller (Privatpraxis für
Osteopathie)*



Tarik Rose (Restaurant Engel) & Juliane Nissen-Hünding (Adler-Schiffe)



Lars Ohms & Olaf Schmidt



Julia Ruhnke (Queen for a Day GmbH) & Elvie Barlach (Barlach Halle K)



Peter Dunger (May & Olde) & Nathalie Dunger (WDI Media)



Martin Fischer (MFM Martin Fischer Medien) & Julia Fischer



Dr. Christian von Boetticher (Peter Kölln)



Frank Buddenhagen (United Entertainment) & Kerstin Buddenhagen



Petra Quasdorf (Sea Cloud Cruises) & Clemens Gerlach (GerlachHartog Markenkommunikation 2.0)



Klaus Schümann (Atelier Schümann) & Michael Otremba (Hamburg Tourismus)



Yasmin Witt (Henke Relations)



Brian Bojsen (Juror der ZDF Küchenschlacht) & Nova Meierhenrich (Moderatorin)



Albert Darboven (JJ. Darboven GmbH & Co.) & Daniel Schäfer (Sea Cloud Cruises GmbH)



Cathrin Freifrau von Seld-Thiel & Dr. Christian Thiel



Mit einem Glas Champagner auf dem Sonnendeck konnten Frank Otto (ferryhouse productions) und Stefan Eckert (Modedesigner) das fantastische Wetter und die Aussicht auf das neue Wahrzeichen von Hamburg und den Hamburger Hafen perfekt genießen.

Bruno Eyron ist ein deutscher Schauspieler, Produzent und Geschäftsmann. Bekannt wurde er vor allem durch seine Rolle als Hauptkommissar Balko in der gleichnamigen Fernsehserie. Ein Meisterstreich ist der Bruderkuß Luxury Gin, der ohne Frage zu den aufregendsten Newcomern der deutschen Gin-Szene zählt und kurz nach Markteintritt auch schon erste Order aus dem Ausland erhalten hat. Allein das absolut außergewöhnliche Pop-Art-Design, das an den wohl berühmtesten Graffito der East Side Gallery erinnert, ist nicht weniger als ein „Peace of Art“ am Puls der lebhaften Hauptstadt.



Doch nicht nur das eindrucksvolle Motiv überzeugt. Neben den optischen Reizen lässt dieser einzigartige Luxury Dry Gin auch geschmacklich die Herzen ambitionierter Gin-Liebhaber genüsslich höherschlagen. Handverlesene Botanicals wie Zitrusfrucht, Lavendel, Koriander, Angelikawurzel und Ingwer prägen den würzig-fruchtigen Charakter dieser Spirituose, während sich die frischen Aromen der Wacholderbeere innig an den Gaumen schmiegen.

Zu bestellen bei
www.cvdwein.de · www.delinero.de · www.amazon.de





*Caren Miosga
(ARD Tagesthemen Moderatorin)*



Christian Krug (Stern Chefredakteur) & Moderatorin Judith Rakers



*Ulrich Wickert & Julia Jäkel
(CEO Gruner und Jahr)*

NANNEN PREIS 2018

für herausragenden Journalismus



Tanit Koch, Peter Tschentscher (Erster Bürgermeister Hamburg) & Eva-Maria Tschentscher

Vor rund 500 Gästen aus den Branchen Medien, Kultur, Politik und Wirtschaft ehrte die Jury die Preisträger im Rahmen einer festlichen Verleihung. Der Nannen Preis wurde in der Elbphilharmonie von Caren Miosga moderiert. Zu den von Gastgeber Christian Krug, Chefredakteur des stern, eingeladenen Gästen und Laudatoren gehörten die Schauspieler Iris Berben und Peter Lohmeyer, Hamburgs Kultursenator Dr. Carsten Broda und die Moderatorin Judith Rakers. Der Nannen Preis gilt als die bedeutendste Auszeichnung für Journalisten in Deutschland. Mit ihm werden seit 2005 herausragende journalistische Leistungen in Wort und Bild geehrt. Der Nannen Preis will Qualitätsjournalismus im deutschsprachigen Raum stärken und die gesellschaftliche Bedeutung von anspruchsvollem Print- und Onlinejournalismus hervorheben. Die Stifter des Preises sind das Magazin stern und das Verlagshaus Gruner + Jahr. Die Unabhängigkeit der Auszeichnung wird durch ein aufwendiges Sichtungsverfahren und namhafte Jurys, der Journalisten, Autoren, Chefredakteure und Fotografen nahezu aller großen Verlage Deutschlands angehören, gewährleistet.



*Anja Reschke
(ARD Moderatorin & Jury Mitglied)*



Sebastian Koch (Schauspieler)



Mathias Döpfner (Vorstandsvorsitzender Axel Springer SE) & Anne Meyer-Minnemann (Gala)

NANNEN PREIS 2018



Matthias Prinz & Alexandra von Rehlingen
(Schöller & von Rehlingen)



Karen Heumann (bekannteste Werberin
Deutschlands) & Giovanni di Lorenzo



Rainer Esser (Geschäftsführer Zeit Verlag) &
Katja Suding (FDP)



Katrin Aust & Yvonne von Stempel
(Yves Communication Partner)



Bert Antonius Kaufmann (Kaufmännischer
Direktor Deichtorhallen) & Eske Nannen (Witwe
von Henri Nannen)



Johanna Wokalek, Ulrich Matthes & Iris Berben

Photos © BREUEL-BILD

IMPRESSUM

REDAKTIONSADRESSE

OPIUM MAGAZIN
c/o Henke Relations GmbH
Tarpenbekstrasse 139 · 20251 Hamburg
Tel: +49 40 28095960
www.opium-magazin.de

V.I.S.D.P.

Christian Dunger, Gunnar Henke

HERAUSGEBER

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

KONTAKT

E-Mail: kontakt@opium-magazin.de

MITWIRKENDE

Nathalie Dunger, Yasmin Witt,
Marika Henke

REDAKTION

Sarah Beer, Bobby Chang, Anna Gessert,
Elena Poschkamp, Ronja Samira Suhr,
Jan-Niklas Ballhausen

LAYOUT UND PRODUKTION

WDI Media GmbH

GRAFIK

Tobias Ladehoff, Gotje Hems

ILLUSTRATION

Julia Pelzer

FOTOS

Breuel Bild
Stephan Wallocha
Tobias Ladehoff

DRUCK UND VERARBEITUNG

Lehmann Offsetdruck GmbH

PAPIER

IGEPA group
Gedruckt auf Maxioffset

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.

MERCK FINCK
PRIVATBANKIERS



Was kostbar ist, gehört in gute Hände

Wie investieren Sie Ihr Vermögen? Legen Sie Geld in Immobilien an? In Kunst? Oder in Wertpapiere? Seit mehr als 145 Jahren bewahren und mehren wir Werte. Neben der klassischen Vermögensverwaltung, bieten wir Ihnen eine umfangreiche Expertise in alternativen Anlageformen. Dabei ist uns nachhaltiges Wachstum wichtig – für unser Haus und für unsere Kunden. Machen Sie sich selbst ein Bild.

Merck Finck Privatbankiers AG | Alstertor 17 | 20095 Hamburg
Tel 040 35612-0 | mf.nord@merckfinck.de | www.merckfinck.de

AUGSBURG BERLIN DÜSSELDORF ESSEN FRANKFURT GRÜNWALD **HAMBURG** INGOLSTADT
KOBLENZ KÖLN LINGEN MÜNCHEN MÜNSTER ROTTWEIL STUTT GART

PORSCHE DESIGN

TIMEPIECES

1919 DATETIMER ETERNITY
BLACK EDITION | All Titanium
Designed by Studio F. A. Porsche.
Swiss Made.



1919 COLLECTION

INSPIRED BY OUR PASSION FOR DESIGN

Porsche Design Hamburg | Poststraße 4 | 20354 Hamburg

www.porsche-design.com/timepieces