

Only the Best

BRAND SPACES | MÜNCHEN | HAMBURG

INGOC.PETERS
SEINE EXCELLENCE

UWE HOMANN
WEINDURCHBLICK

JULIA FINKEISSEN
KUNSTINVESTMENTS

DAS BESTE FÜR GENIESSER

DAS BESTE AUS KUNST & DESIGN

DAS BESTE DER TECHNOLOGIE & ZUKUNFT

AUSERWÄHLT VON DEN BESTEN



EDITORIAL



GRÜNDER SVEN UND JULIA HOLSTEN

Unsere neue Ausgabe lädt Sie dieses Mal ein, München und Hamburg zu bestaunen. Beide Städte haben unglaublich viel zu bieten. Aber ein direkter Vergleich ist meist ein unglückliches Unterfangen, führt selten zu einem zufriedenstellenden Ergebnis. Wir wissen, von was wir sprechen: Bei uns kommt Julia aus dem hohen Norden und Sven ist gebürtiger Bayer. Hamburg hat mehr Einwohner, einen Hafen und das Wasser. München die meisten DAX-Unternehmen Deutschlands, das Oktoberfest und die Seen und Berge. Der Hamburger liebt seine Stadt meist bedingungslos, während der Münchener doch gerne über die seine grantelt. Alles Attitüde. Alles überinterpretiert. Als wir letztes auf dem Viktualienmarkt mit Hamburger Gästen waren, versuchten wir ihnen diese Münchner Lebensphilosophie zu erklären. Da half uns eine der

Standlfrauen mit ihrer bodenständigen Weisheit: „Wenn de Hamburger merkn dadadn, um was bei uns geht, dann bleibadn ja olle da. De gspannans hoit net.“

Irgendwann habe ich die fast philosophische Anmerkung der klugen Dame verstanden und verinnerlicht. Sagt sie uns doch, dass wir zwar fast die gleiche Sprache sprechen, ähnlich aussehen, insgesamt der gleichen Kultur angehören, aber eben doch grundsätzlich völlig unterschiedliche Wesen sind.

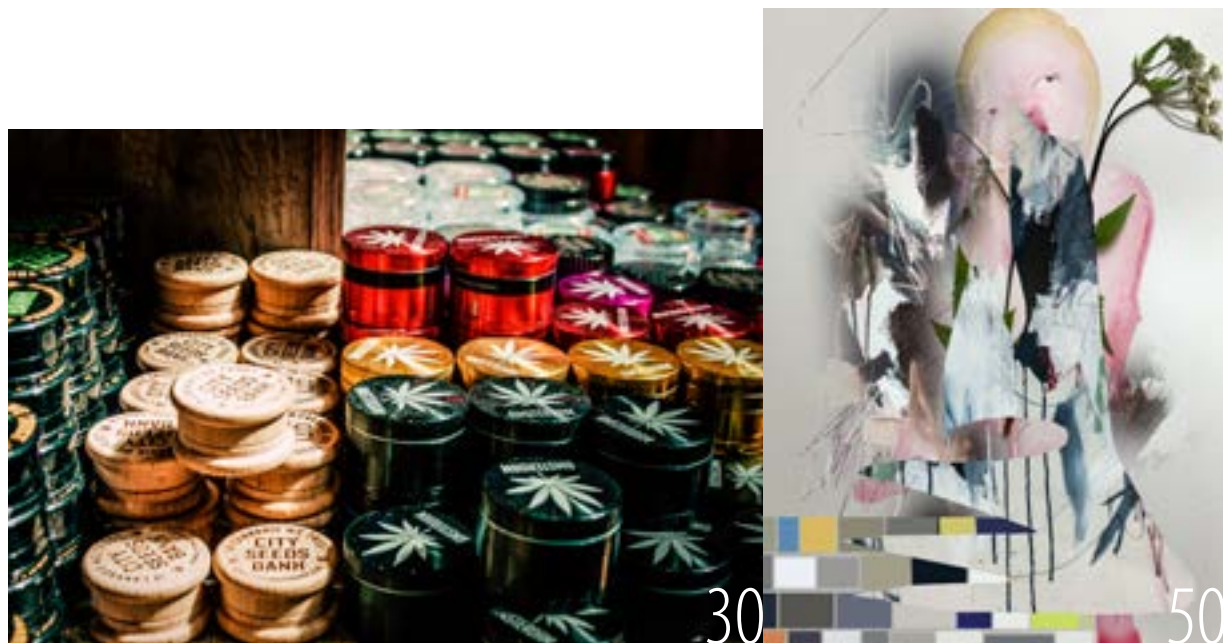
Und darum wollen wir in diesem Heft auch wieder einladen, einen neuen Blick auf das Beste zu werfen. Wir stellen Menschen vor, die sich und etwas bewegen und ihre ganze Energie geben, damit Bestes entsteht. Das ist ja das Credo von unserem „Only the Best“. So stellen wir den General Manager Ingo C. Peters des

Hamburger Hotels Vier Jahreszeiten vor, das wiederholt zum besten Grandhotel Deutschlands gekürt wurde und dessen Geschehnisse Ingo C. Peters seit 25 Jahren durch die Strudel der Hotellerie lenkt. Klar, dass es da auch wieder um den Bogen zwischen München und Hamburg geht. Dann blicken wir dem CMO weltweit führender Health Resorts über die Schulter, der nicht nur seinen Job hervorragend macht, sondern alle Menschen mit Podcasts an seinem besonderen Gesundheitswissen teilhaben lässt. Ihn bewegt, dass man sich mehr bewegt. Denn wer mehr weiß über gesundes Leben, kann mehr für sich tun.

Und, wissen Sie, was NFTs sind? Oder wie viel Cannabis in einem Auto stecken kann? Wir verraten es Ihnen in dieser Ausgabe. Egal wo Sie uns lesen, in Hamburg oder in München!



INSPIRATIONEN



ESSENZ

EDITORIAL	3
DAS BESTE FÜR GENIESSER	
TRADITION UND MODERNE – HOTEL VIER JAHRESZEITEN HAMBURG	6
SEINE EXCELLENCE – HOTELDIREKTOR INGO C. PETERS	8
EIN STÜCK HAMBURG – DIE GESCHICHTE DES HOTEL VIER JAHRESZEITEN	18
EIN PAAR MUSTS FÜR HAMBURG UND MÜNCHEN	20
PODCAST STATT PILLE	22
UNTER GUTEM STERN – BESTE SOMMÈLIERE ITALIENS	56
WEINDURCHBLICK	62
DAS BESTE AUS KUNST & DESIGN	
LEDERTASCHEN MADE IN GERMANY	44
UNSICHTBARES SEHEN IM HAUS DER KUNST	46
DIGITAL UND KUNST – WIE NFTS DEN KUNSTMARKT VERÄNDERN	50
BEST OF DESIGN	64
DAS BESTE DER TECHNOLOGIE & ZUKUNFT	
DAS RECHNET SICH – CANNABIS	30
MULTITALENT HANF	33
SICHER IM CYBERSPACE	38
LINK SHORTLIST	66
IMPRESSUM	66

DAS BESTE FÜR GENIESSER	DAS BESTE AUS KUNST & DESIGN	DAS BESTE DER TECHNOLOGIE & ZUKUNFT
-------------------------	------------------------------	-------------------------------------

TRADITION UND MODERNE

Alles Gute, Old Lady! 125 Jahre Hamburger Geschichte stehen am westlichen Ufer der Binnenalster: Das Hamburger Hotel Vier Jahreszeiten. Das luxuriöse Grandhotel ist Inbegriff europäischer Reisekultur, der historische weiße Bau mit dem grünen Kupferdach eine architektonische Sehenswürdigkeit. Das Hotel ist großer Tradition verpflichtet, ein Besuch wird unvergesslich.

RALPH LAUREN SUITE



SEINE EXCELLENCE

Glückwunsch, Herr Hoteldirektor! Die Jahrhundertfeier des Hauses markiert zugleich das Dienstjubiläum von Ingo C. Peters. Er leitet seit 25 Jahren das Haus. Das Hotel prägte ihn, er prägte das Haus. Vortrefflichkeit, dieses alte Wort, beschreibt wohl am ehrlichsten, was diesen Mann antreibt. Er will etwas bewegen und so arbeiten, dass das Ergebnis eine Spitzenleistung mit Genuss wird. Ein Porträt des Hamburgers von der Münchnerin Sonja Still.

Tisch neun in der Wohnhalle, das ist der Lieblingsplatz. Der rote Fauteuil an der Wand neben dem Eingang steht so günstig. Von hier kann er alles sehen und wird doch selbst nicht beobachtet. Das ist großartig. Anna Ziegler, Director Sales und Marketing, erwartet ihn pünktlich. Aus den wenigen Worten bis zu seinem Auftritt klingt echte Wertschätzung, nicht einfach nur Respekt. Ja, sie mögen ihn. Sie schätzen ihn. Sie kennen ihren Hoteldirektor.

Und dann bestellt er überraschend einen Darjeeling.

Eigentlich hatte seine Assistentin schon einen Espresso bringen lassen wollen, zögerte aber noch. Aus zwei Gründen: Am Vormittag trinkt der Chef auch mal einen Café Crème, wenn er sich mehr Zeit nehmen will. Und, wichtiger, auch beim Boss will das Service-Team seinen Wunsch erfüllen und stellt ihm nicht einfach nur etwas zu trinken hin.

In diesem kleinen Detail lässt sich der Unterschied zu anderen Häusern der besten Hotellerie auf dieser Welt ausmachen. Das Feeling im Hamburger Luxushotel ist anders als in anderen Häusern. Vielleicht, weil es so viel Tradition und Gediegenheit ausstrahlt, allerdings ohne steife Höflichkeit. Wohl, weil man es schafft, gegenüber dem Gast in echtem Sinne achtsam zu bleiben und nebenbei unterhaltsam plaudert.

Ingo C. Peters übernahm 1997 den Posten zur Leitung des Hauses. Von den 125 Jahren, die das Haus besteht und was nun mit großem Jubiläum gefeiert wird, gehen zwanzig Prozent des Managements auf sein Konto. Doch das stimmt nur auf den ersten Blick, es sind fast dreißig Jahre. Peters Lebensbeziehung begann mit einem handgeschriebenen Brief an die Hoteldirektion, gleich nach seinem Abitur. Er wollte in dieses Haus. Nirgendwo anders

HOTELDIREKTOR INGO C. PETERS





OBEN DIE WOHNHALLE IM AMBIENTE DER GRÜNDERJAHRE – EINE OASE DER RUHE
LINKS CELEBRITY SUITE MARIA CALLAS MIT ALSTERBLICK
MITTE DIE DACHTERRASSE EXKLUSIV FÜR HOTELGÄSTE
OBEN RECHTS DIE CONDI LOUNGE – SZENETIPP UND BAR
UNTEN RECHTS DER WEINKELLER – DAS NEUE SCHMUCKSTÜCK UNTER DEN
COLONNADEN UND DRITTGÖSSTER EUROPAS



hätte er angefangen, beteuert er. Peters war reichlich spät mit seiner Bewerbung dran, alle Ausbildungsstellen waren bereits auf Jahre hinaus vergeben. Für die Zeit danach könne er sich bewerben, hieß es. „Die haben mich fast ausgelacht, wegen meiner Naivität“, erinnert er. Und doch ging er mit Mutter an der Hand zu diesem Gespräch und machte klar, dass er auf jeden Fall hier anfängt. Dann diene er eben erstmal als Praktikant. Wenn sich etwas tut beim Personal, ist er schon mal zur Stelle. Und so kam es, wie er es sich wünschte: Ein anderer sprang ab und er war schon da. „Mir perlt noch heute der Schweiß auf der Stirn, wenn ich an diesen 5. August 1981 denke. An meinem ersten Tag war es heißester Sommer und ich stand in meinem Anzug mit engem Kragen an der Tür und polierte die Glasscheibe.“ Glänzende Glasscheiben sind wichtig in einem solchen Haus. Auch wenn sie dem Gast nur auffallen, wenn sie nicht sauber sind. In den Jubiläumsschriften wird gern an dieser Stelle die Story „Vom Hotelpagen zum Direktor“ erzählt. Die ist unterhaltsam und präsentiert vor allem die intensive Praxis auf allen Ebenen eines Hotels, über die Peters verfügt. Sie besagt aber auch: Peters hat den Herzschlag des Hauses in seine eigene DNA eingeschrieben. Er hat fast sein ganzes Berufsleben in den Dienst des Hauses gestellt.

Das zweite Mal in seiner Karriere perlte ihm der Schweiß auf der Stirn im Oktober 1997. Peters begann an diesem kühlen Herbsttag als Direktor und sein ehemaliger Portierchef öffnete ihm die Tür. „Ich hatte in diesem Moment das Gefühl: Wenn du das hier nicht hinkriegst, dann kannst du dich nie wieder bei deiner Familie, den Freunden, Bekannten und

Verwandten hier zuhause sehen lassen.“ Er sagt das auf schönstem Hamburgisch: NICH HINKRICHSST. Mit rollendem R von der Zungenspitze. Wenn es ums Gefühl geht, zeigt es sich auch in seiner Sprache.

Der Chefportier, Gerhard Beyer, war also noch hier, als Peters wiederkam. Mit ihm besichtigte er erstmal drei Stunden lang alle sehenswerten und vor allem alle unsichtbaren Ecken im Hotel. „Das war wie nach Hause kommen“, sagt er. Aber vielleicht auch ein wenig wie der Einzug in die Kampfarena. Doch er hatte Verbündete, nicht nur eine Belegschaft.

Beyer blieb im Hotel Vier Jahreszeiten bis zu seiner Rente. Die Fluktuationsrate in der Hotellerie ist bekanntlich hoch. Zwei, drei Jahre Verweilzeit in einer Position sind der Durchschnitt laut Statistik. Ungewöhnlich hoch ist sie mit siebeneinhalb Jahren Bleibedauer im Hotel Vier Jahreszeiten. Dabei sind alle Positionen wie Zimmerservice und Azubis miteingerechnet. Man bleibt sich treu. Auch jetzt in der Pandemie. Trotz geringerer Auslastung durch die geltenden Pandemievorschriften konnten alle Angestellten gehalten werden, ohne Kurzarbeit. „Sie können umbauen, Sie können investieren, aber gutes Personal müssen Sie pflegen“, sagt Peters. Eigentlich eine Binse, aber, wenn es ums Geld geht, wird so eine Erkenntnis oft aussortiert und die Menschen gleich mit.

Dass einem Hoteldirektor an den Menschen liegt, gehört zum Job. Bei Peters gehört es offenbar auch zu seinem Charakter. Als er nach seiner Ausbildung und den daran anschließenden Jahren seine Karriere in der weiten Welt fortsetzte, kam er immer wieder zurück in sein ers-

tes Haus. Es war fast ein Ritual: Er fuhr vom Flughafen zu den Landungsbrücken, Fischbrötchen essen, wenn es die Zeit erlaubt hat, wurde eine kleine Hafenrundfahrt gemacht und dann ging es auf einen Plausch mit den ehemaligen Kollegen. Klar, zuerst beim Portierskollegen, aber er schaute auch in der Küche vorbei, grüßte bei der Verwaltung oder nahm auch mal mit seiner Mutter einen Tee im Café Condi mit Blick auf die Binnenalster.

„Als ich hier übernahm, wusste ich genau, in welchem Zustand das Hotel war“, resümiert Peters. Als er anfang, war das Hotel Vier Jahreszeiten ein Unternehmen, das von der Gründerfamilie geleitet wurde. Dann übernahmen es verschiedene internationale Konzerne und Hotelgruppen. 2013 erwirbt die Vermögensverwaltung des Lebensmittel-Unternehmers Kurt Dohle das Hotel. Dann wird das alte Gebäude wieder richtig auf Vordermann gebracht. Wobei dieser Satz kaum ausdrückt, wie umfassend es erneuert wurde. Ingo C. Peters hat über Jahre bei laufendem Betrieb die Handwerker im Haus. „Das kann man organisieren“, stellt er trocken fest. Die Mitarbeiter an der Rezeption bekommen die Freigabe, bei Beschwerden dem Gast sofort einen Ausgleich anzubieten. „Kein langes Rückfragen darf dann noch zusätzlich frustrieren“, sagt er.

Das Hotel wurde nicht totsaniert, wie es schon mal bei Luxusketten geschehen kann, wenn Stäbe von Architekten und Designern sich profilieren dürfen. Peters konterte im rechten Augenblick mit seinem Wissen. Ein Beispiel: Der Hotelgründer wollte nicht, dass seine Gäste in einem Durcheinander von Gepäck zurechtkommen müssen. So ließ er einen versteckten

GOURMETRESTAURANT HAERLIN MIT CHEF CHRISTOPH RÜFFER





SZENE HOT-SPOT – DAS RESTAURANT NIKKEI NINE ÜBERRASCHT MIT PERUANISCH-JAPANISCHER KÜCHE, ROBATA-GRILL, BEGEHBARER SHOW-KÜCHE UND DJ.

© Guido Leifhelm



© Gerrit Meier

Aufbewahrungsraum und einen Gepäckaufzug einbauen. Wie damals vom Gründer erdacht, läuft dieser in versteckter Linie parallel zum Aufzug, der die Gäste nach oben transportiert. Es gibt bis heute keine Fahrstühle mit Edelstahlwänden, in die sich die Gäste mit ihren Koffern reinschubsen können. Es gibt auch noch richtige Zimmerschlüssel statt Plastikkarten. Der Chip ist im Schlüssel, der Anhänger schwer genug, dass man ihn nicht mitnimmt. „Ich hatte genau meine Vision, auf die ich zuarbeiten wollte. Ich wusste, was und warum ich es tun wollte“, sagt Peters. Was er in seiner Ausbildung gelernt hatte, war in bestem Sinne nachhaltig. „Ich konnte angemessen reagieren. Ich konnte entscheiden, was der Zeit gemäß erneuert werden muss, aber auch sehen, was für den gediegenen Komfort sich über die Jahrzehnte bewährt hatte und erhalten werden musste.“

Das Hotel wurde zum Lebensmittelpunkt des Ingo C. Peters. Nicht nur beruflich. Das liegt auch daran, dass er eine Betriebswohnung im Hotel bewohnt. Verfügbarkeit ist seine Pflicht. Sohn Conrad, gerade mal fünf Jahre alt, nimmt heute schon rege am Hotelleben teil. Klar, wenn der Mini aus der Tür der Wohnung tritt, trifft er Zimmermädchen oder Gäste. Und so hilft er gerne mal mit, z. B. beim Staubsaugen. Er kriegt auch vieles mit, wozu andere Kinder mühsam ermahnt werden müssen: deutlich „Guten Tag“ sagen und dabei den Menschen anschauen. „Was uns ganz wichtig ist“, fügt Peters an, „dass er weiß: Wir sind nicht die Serviceempfänger, wir sind die, die den Service leisten.“

Es gibt auch eine Menge unterhaltsamer Anekdoten, auch von berühmten Gästen. Wie die vom saudischen König, der seinen Thron mitbringen wollte. Als alles vorbereitet war dafür, wurde abgesagt.

Peters lebt im Hotel. Für das Hotel. Mit dem Hotel. Wenn Peters mal wirklich weg sein will, dann reist er ganz nach Süden in Deutschland und verbringt seine Zeit am Tegernsee. Da ziehen sich Vater und Sohn ihren bayerischen Janker an, fahren mit der Kabinenbahn hinauf auf den Wallberg und schauen über die Gipfel der Alpen, die von dort oben wie Perlen in einem Meer glitzern. Abends geht's ins Freihaus Brenner oder zum Lois in seinen Haubentaucher an der Seestraße. „Das Leben dort ist so anders, die Berge, der See“, schwärmt Peters. „Ich mag die Menschen. Sie leben mit Tradition und Wertigkeit.“

Und jetzt? „Jetzt habe ich alles erreicht, was ich mir vorgenommen hatte“, sagt Ingo C. Peters. Dann schweigt er. Die Bilanz stimmt. Der Eigentümer ist zufrieden. Letztens gab es mal eine kleine Debatte, denn Peters hatte in einem Interview offen über seine Erfahrung mit Gästen geplaudert. Natürlich diskret, ohne Namen, ohne Umfeld. Nur Amüsantes. Aber in Zeiten politischer Korrektheit fühlte sich einer enttarnt und schrieb einen Leserbrief an das Blatt, denn die Leserschaft sollte wissen, dass sich das für einen hanseatischen Hoteldirektor nicht gehört. Ja, so ist das heute. Aber heute bekäme wohl auch keiner mehr einen Job, wenn er mit seiner Mutter zum Vorstellungsgespräch erscheint. Heute muss

auch erstmal alles debattiert werden, bevor einer etwas bewegen kann. Und wer von früheren Zeiten spricht, in denen das noch nicht so war, outet sich selbst als eine Antiquität des Zeitgeistes. Das alles sagt Ingo C. Peters nicht. Aber die Gedanken kommen einem bei dem Gespräch in den Kopf. Eine Art Dankbarkeit strömt nach der Begegnung mit ihm durchs Gemüt: schön, dass diese Geradlinigkeit zu spüren ist.

Aber nun noch einmal – Ingo C. Peters hat also über einen ungewöhnlich langen Zeitraum das Hotel geprägt: Wie geht's weiter? „Ich würde gerne noch zehn Jahre weitergestalten“, antwortet er. „Wir sind jetzt oben, das zeigen die ganzen Auszeichnungen, die das Haus bekommt. Man wählte uns zum besten der hundert besten Häuser in Deutschland und wir sind das zweitbeste Hotel Europas. Nur das Réserve in Paris müssen wir noch überbieten. Aber wir wollen auf Dauer ganz oben bleiben. Und das halte ich fast für herausfordernder als den bisherigen Weg.“ Er weiß, keiner ist unersetzbar. „Ich habe bisher ein sehr erfülltes Leben im Beruf leben können. Und die Ideen gehen mir künftig auch nicht aus“, wirft er ein und zählt noch mögliche Interieur-Veränderungen auf. Den Grill würde er noch großartiger gestalten wollen. „Man muss sich immer wieder neu erfinden“, gesteht er. „Wem an solch einer Position die Energie ausgeht, der schreibt sich selbst ab.“ Hätte er einen Wunsch frei, dann diesen: Er würde gerne mit den Jahren den eigenen Nachfolger aufbauen. Einen, dem er sein Wissen wie einen Staffelfstab übergeben kann für das Rennen durch dieses neue Jahrhundert. Auch das ist wieder eine Aussage, die nur auf den ersten Blick

old-fashioned wirkt. Auf den zweiten ist diese Haltung dann doch eher so gediegen und echt wie dieses einmalige Erste Haus an Hamburgs Binnenalster. Ingo C. Peters nippt kurz am Darjeeling, dann verabschiedet er sich. Man muss der Pandemie ein Schnippchen schlagen, die Jubiläumsfeier wurde soeben auf den Mai vertagt. Das Haus braucht ihn, schließlich soll es pfffig weitergehen.

WISSEN WAS ES NOCH GIBT –
KINDER KNIGGE KURSE

Manieren muss man einfach mögen. Gerade weil heute kaum noch einer über echte Benimm- und gute Umgangsformen, Tischmanieren verfügt. Der Kenner weiß: Etikette hat nichts mit Etiketts zu tun. Im Hotel Vier Jahreszeiten können schon Kinder Benimm und gute Umgangsformen erlernen. Es gibt übrigens auch Knigge-Kurse für Erwachsene. www.hvj.de/de/knigge-kurse.html



OBEN HANSEATISCHE KÜCHE IM JAHRESZEITEN-GRILL – EINE INSTITUTION IM ART DÉCO STIL
UNTEN BLICK ÜBER DIE BINNENALSTER VON EINEM PRIVATEN BALKON AUF DER BEL ETAGE



EINSTÜCKHAMBURG



EIN UNTERNEHMERTRIO – DER HOTELGRÜNDER
FRIEDRICH HAERLIN MIT SEINER FRAU THEKLA
UND SOHN FRITZ

Die Geschichte des Hotel Vier Jahreszeiten beginnt 1897. Friedrich Haerlin ersteigert das Hotel „Zu den Vier Jahreszeiten“ für 420.000 Mark. Das Haus hat nur 11 Zimmer, aber eine unbezahlbar wunderbare Lage an der Binnenalster. Hamburg ist nach London und New York der wichtigste Hafen der Welt, die Stadt hat eine vielversprechende Zukunft vor sich. Haerlin kauft nach und nach die Nachbarhäuser auf und erweitert das Hotel.

Adel und Prominenz werden Stammgäste. Dann zerstört der 1. Weltkrieg das Lebenswerk Haerlins. Zwei Söhne fallen an der Front, nur Sohn Fritz überlebt den Krieg. Das Haus wird beschlagnahmt und zum Sitz für das Oberkommando zur Küstenverteidigung.

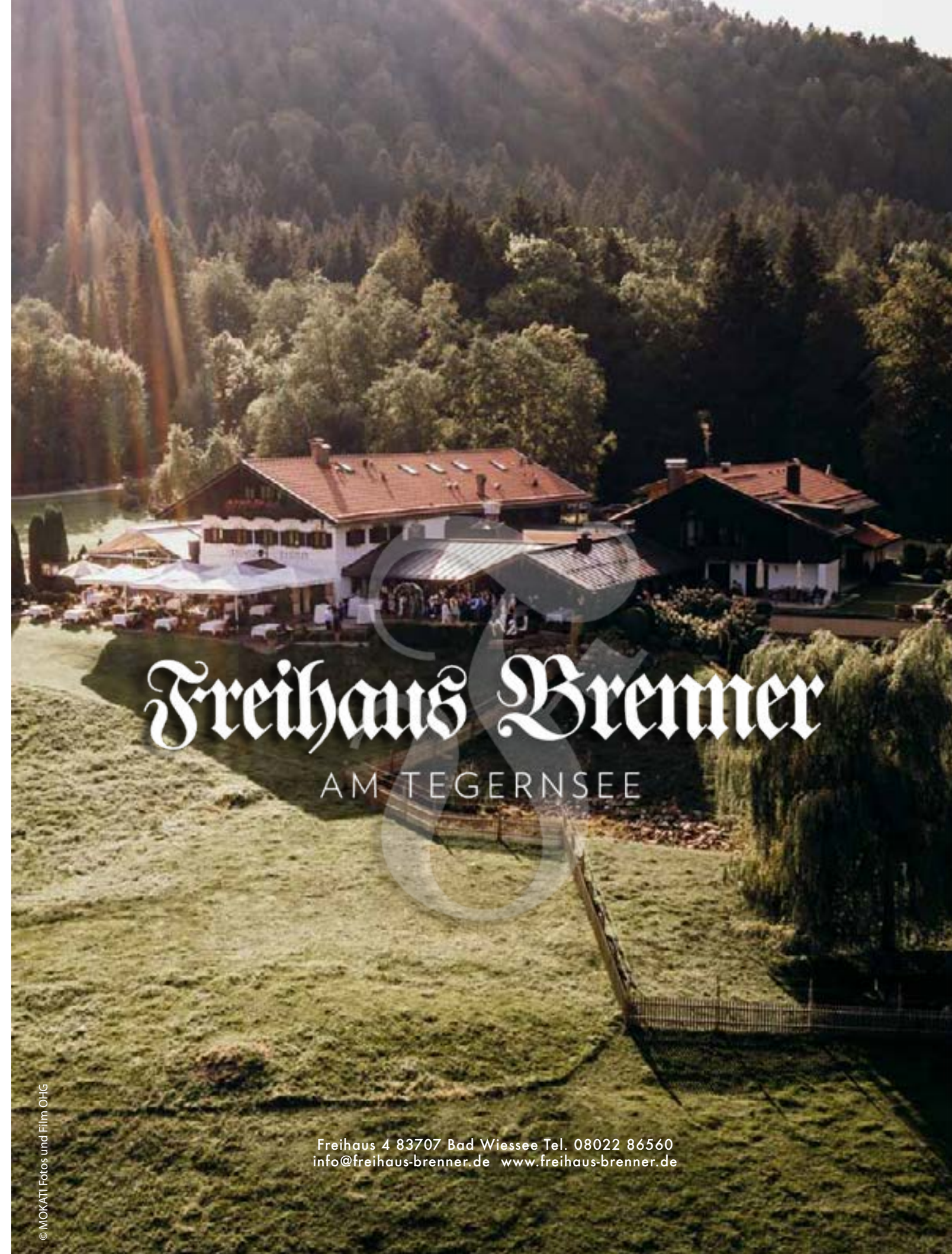
1923 startet Familie Haerlin wieder durch. Fritz verbrachte die Zeit nach dem Krieg in den USA. Er bringt 1500 Dollar mit. Die Devisen bringen Sicherheit und ermöglichen Investitionen für eine neue Zukunft. Das Casino, die heutige Wohnhalle, wird in reinstem Art Déco Stil gebaut.

Bis zum Ausbruch des Zweiten Weltkriegs ist das Haus eine der besten Adressen Hamburgs. Fritz Haerlin wird zwar NSDAP Mitglied und sympathisiert mit der Macht. Dennoch werden jüdische

Mitarbeiter weiter beschäftigt und jüdische Gäste weiter beherbergt. 1939 wird Fritz Haerlin zum Militär eingezogen. Der Jahreszeiten-Keller wird zum Luftschutzbunker. Als alliierte Bomber Hamburg in Schutt und Asche legen, sterben 30.000 Menschen. Doch das Hotel war nur leicht beschädigt. Hamburg kapituliert am 3. Mai 1945. Die 7. britische Panzerdivision beschlagnahmt das Hotel als ihr Hauptquartier. Fritz Haerlin überlebte den Krieg, wird als Mitläufer entlastet, aber hat Hausverbot für sein Hotel. Erst 1952 erfolgt die Rückgabe des Hotels an Fritz Haerlin. Er eröffnet es wieder. Glanz und Glamour ziehen wieder ein: gekrönte Häupter, Präsidenten, Kanzler, Künstler.

Heinz Rühmann probt in Zimmer 447 seine Paraderolle in „Der Hauptmann von Köpenick“. Operndiva Maria Callas und Tanker-König Aristoteles Onassis wohnen hier.

Die Gründerfamilie verkauft 1989 das Haus an den japanischen Bauunternehmer Hiroyoshi Aoki. Es blieb den Haerlin-Töchtern nichts anderes übrig: Die Mutter hatte sich mit Steuerkonten in der Schweiz verzockt. 2007 übernimmt die kanadische Luxushotelgruppe Fairmont das Haus, dann 2013 die Unternehmerfamilie Dohle.



EINPAARMUSTS FÜRBEIDESTÄDTE

Hamburg hat was. Das schätzen vor allem die Münchner. Jeder Zweite sagt, müsste er in Deutschland in einer anderen Großstadt leben, dann in Hamburg. In Hamburg gibt es Stil und das Meer. Es ist wohl gerade dieser Kontrast zur Urtümlichkeit und den Bergen. Beide Städte siegen in der Kombi: Hamburg – Sylt, München – Tegernsee. Man versteht sich einfach, es gibt den kurzen Link – emotional und in echt.

Die Elphi ist zum Wahrzeichen von Hamburg geworden. Genuss für Augen, Ohren, Sinne. Uraufführungen und Auftritte feinsten Solisten und Orchester. Die akustische Gestaltung übernahm der renommierte japanische Klangdesigner Yasuhisa Toyota. Für bayerische Lokalpatrioten noch zur Info: Die Bestuhlung kommt vom Studio X am Tegernsee.

So was Großartiges will man in München auch schaffen. Erster toller Wurf – die Isarphilharmonie Gasteig in Sendling. Das Übergangsquartier. Das Wort legt eine falsche Fährte. Hier gibt es unglaublichen Hörgenuss. Das liegt am Programm. Hier residieren die Münchner Philharmoniker oder das Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks. Auch hier war Toyota der Klangarchitekt.

Zweimal echte Local-Heroes

Echt königlich ist das Münchner Setting von JAN. Im idyllischen Garten der Porzellan Manufaktur Nymphenburg eröffnete gerade der 3-Sterne Koch Jahn Hartwig sein Pop-up Restaurant. Intimes Ambiente, 16 Personen maximal, handgefertigtes Porzellan. Einfach Haute-Cuisine. Direkt an der Hamburger Elbe, spektakulärer Blick über den Fluss, feinsten Fisch und Seafood auf dem Teller, weites transparentes Ambiente. Das ist feinstes Standard im RIVE.



Hamburger Kunsthalle und Tegernseer Stieler-Haus: Hanseatische Kaufmannskultur und königlich-bayerische Hofmalerei treffen hier aufeinander. Die Lady in Rot heißt Gräfin Theresia Alexandrine Freifrau von Tettenborn. Es ist ihr Scheidungsbild, das der Hofmaler Stieler 1815 malte, um ihren guten Ruf wieder herzustellen. Denn die Dame verließ ihren Mann, einen Freund Goethes. Denn sie liebte leidenschaftlich General von Tettenborn, den Befreier Hamburgs von der napoleonischen Herrschaft. Darum so viel Rot. Es wurde eine glückliche zweite Ehe, die sie in Hamburg lebte. Das Bild war schon im Stieler Haus, dem letzten Heritage-Place des berühmten Malers, dessen Namen kaum noch einer erinnert. Aber die Bilder kennt jeder: Beethoven, Goethe, Humboldt, Könige und Königinnen und die Münchner Schönheiten.



Tegernsee und Sylt – die Seelenakkus für Münchner und Hamburger

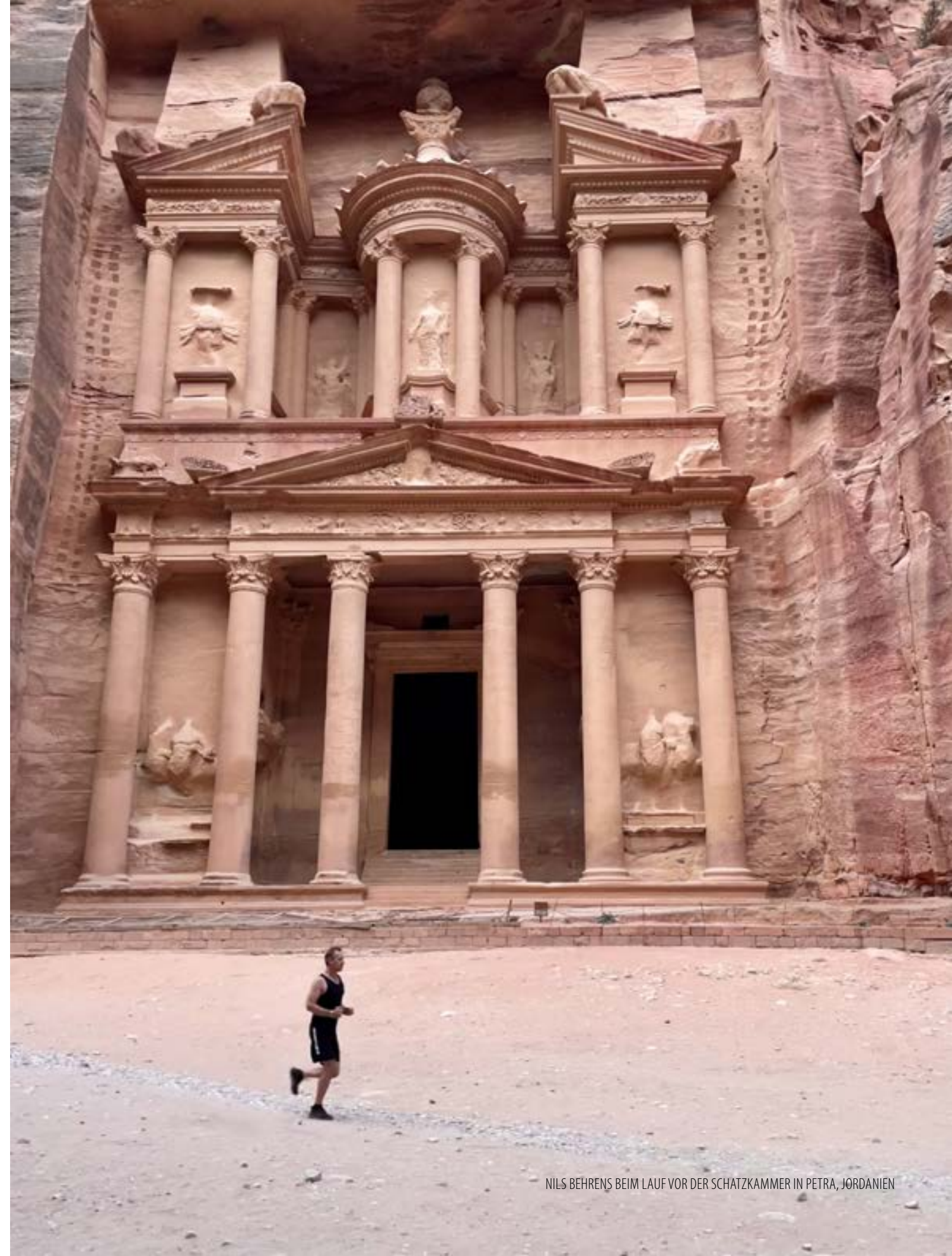
Mit der Gondel auf den Wallberg, der Blick streift Richtung Norden über den See und Richtung Süden über das Meer der Alpengipfel. Und beim Panorama-Rundweg um das geologisch einzigartige Naturschutzgebiet Morsum Kliff über Dünen, Heidelandschaft und das Meer. Den Blick mit den Wolken schweifen lassen, ohne ihn sich anzuhauen. Freiheit, wie wir sie lieben.

PODCASTSTATTPILE

Nils Behrens joggt. Auf der ganzen Welt. Es gibt tolle Beweisfotos. Er ist immer in Bewegung. Mal gefährlich, mal ungefährlich. Nils Behrens podcastet auch. „Forever Young“ heißt seine Hörserie. Jede Folge widmet sich einem besonderen Gesundheitsthema. Wir finden: Damit bewegt er was – und uns.

Der 48-Jährige, Typ groß und blond, sportlich und ehrgeizig, ist CMO der Langerhof-Gruppe. Der gebürtige Hamburger arbeitet also als Marketing-Chef des weltbesten Medical-Resorts. Weltbesten, weil man mit diesem Prädikat schon eine Menge internationaler Awards und Auszeichnungen eingeheimst hat. Nils hat also qua Job schon Zugriff auf echt außergewöhnliche Mediziner und Gesundheitsexperten. Sein Arbeitgeber beschäftigt sie. Aber, anders als man es im Klischee erwarten würde, wenn man „so einem“ dann zuhört, fragt Nils Behrens frank und frei in seinen Interviews und erzählt mit gesundem Menschenverstand die Erkenntnisse seiner Gesprächspartner weiter. Da gibt es Folgen, die klingen manchmal spooky und schamanistisch, dann wieder sind es technische Errungenschaften, die sexy und hilfreich sind. Nils Behrens stellt sich immer wieder die Frage: Was macht ein gesundes Leben aus und wie bleibe ich lange fit?

Denn eines ist sicher: Altwerden ist heutzutage nichts für Feiglinge. Ein Großteil der Bevölkerung wird zwar älter, als es frühere Generationen je wurden. Doch Menschen jenseits der 70 plagen sich vor allem mit Krankheiten, die das Leben nicht mehr so richtig lustig gestalten lassen. Der Raubbau an den Kräften in jungen Jahren ist nicht wiedergutzumachen. Zu lange und zu viele wollten Gesundheit auf Rezept einlösen. Und jetzt schluckt man eben Cholesterintabletten zum Schweinebraten, nimmt Blutdruckpillen zum Bier. Altwerden muss also künftig anders gehen. Die Generation um die 50 kann das Ruder noch rumreißen. Einziges Rezept: Mehr Eigenverantwortung und ein bisschen Interesse an neuen Erkenntnissen. Und die kann man im Podcast bequem und glaubwürdig erfahren.



NILS BEHRENS BEIM LAUF VOR DER SCHATZKAMMER IN PETRA, JORDANIEN



NILS BEHRENS MIT AUTORIN SUSANNE KARLOFF
UND IM WINTER AUF DER ALSTER



#SCHLAF

„Wie wichtig guter Schlaf ist, wird total unterschätzt“, stellt Nils fest. Erste Symptome für spätere Erkrankungen zeigen sich im Schlaf. Man braucht den richtigen Mix aus Tiefschlafphasen und REM-Phasen. „Sie können acht Stunden schlafen, aber trotzdem gerädert aufstehen“, sagt er. Idealerweise schafft man es, in einer Nacht mindestens 20 Prozent echte Tiefschlafphasen zu haben.

Die erste Hälfte der Nacht ist dafür wichtig. Aber die zweite Hälfte der Nacht ist genauso wichtig. Denn die wird gebraucht, damit das Gehirn Giftstoffe abbauen kann. „In der zweiten Schlafphase der Nacht schrumpft es quasi etwas und geht dann wieder auseinander, dies ist wie ein Pumpeffekt“, sagt Nils. Studien zeigen, dass Kurzschläfer eine höhere Neigung zur Demenz haben, weil der Abtransport der Giftstoffe nicht stattfindet. „Grundsätzlich kann man mit smarter Health-Technology den eigenen Schlafverlauf tracken, also aufzeichnen lassen.“ Dafür muss man heute noch nicht einmal ins Schlaflabor. Nils ist Befürworter neuartiger Meßgeräte, die den Medical-Consumermarkt erobern. Sein Tipp: Kein Handy im Schlafzimmer, dafür aber zur Kontrolle eine Armbanduhr oder einen Ring tragen, der die Sauerstoffsättigung und die Herzrate misst. Und auf die Schlafhygiene achten. Das heißt: Lüften,

das Bett richtig positionieren und weder Fernseher noch andere Elektrogeräte sollten ihren Platz am Bett haben.

Alkohol ist übrigens ein extra Wachmacher: im zweiten Teil der Nacht. „Man schläft zwar besser ein, weil Alkohol müde macht, wenn er abgebaut wird, aber die Schlafqualität, das Verhältnis von REM- zu Tiefschlafphase und die Herzratenvariabilität, werden nachhaltig gestört. (Podcast 62, 49, 30)

#BEWEGUNG

„Sitzen ist das neue Rauchen“, sagt Nils. Wer mehr als eine Stunde in Schreibtischstarre zubringt, sollte unbedingt aufstehen und sich eine Minute bewegen. Auf der Stelle laufen, sich strecken, durchatmen. Der Negativeffekt auf den Körper durch zu langes Sitzen ist nicht wieder aufholbar, das zeigen Studien. Dann bekommt man „Rücken“, „dicke Beine“, Kostaschu – Kopf-Nacken-Schmerzen. Das hat man anfangs nicht jeden Tag, aber immer öfter. Der Körper fängt an, sich in seiner Position zu verfestigen.

Sport und Bewegung helfen. Klar. „Aber Kraft und Ausdauer allein tun's nicht. Ich habe selbst jahrelang Sport unter dieser Maßgabe betrieben. Ich jogge mit Begeisterung. Ich gehe ins Gym. Doch worauf es wirklich ankommt, ist die Beweglichkeit.“ Wenn wir nicht beweglich bleiben, wird's im Alter immer mühsamer.

Die Aufgabe heißt: Einmal am Tag alle Gelenke aktivieren, damit die nicht einrosten. Um die Beweglichkeit zu erhalten, setzt Nils auf tägliches Beweglichkeitstraining. Dafür nutzt er eine Bewegungsroutine, bei der alle großen Gelenke einmal rotiert werden. Sein Tipp ist als Video im Internet abrufbar: <https://www.youtube.com/watch?v=05RYe6opky0>. „Diese paar Minuten kann man doch wohl wirklich jeden Tag aufbringen“, meint er. „Das muss so selbstverständlich sein wie Zähneputzen.“ Auch kann man durchaus mehr Beweglichkeit in den Alltag einbauen. „Schritte sammeln, zum Beispiel beim Telefonieren rumlaufen. Jeder, der ein Smartphone hat, hat auch einen Schrittzähler drin. Das motiviert.“ Und beweglich bleiben ist auch eine Sache des Gehörs. „Es gibt Studien, die belegen, dass Schwerhörigkeit in die Demenz führt“, führt er aus. „Offenbar braucht man dann, sobald man schlechter hört, ein paar Synapsenverknüpfungen weniger. Da entstehen Ablagerungen.“ Wer also schlechter hört, sollte nicht zu eitel sein, sich mit einem Hörgerät helfen zu lassen. (Podcast 114, 113, 98, 57)

#ERNÄHRUNG

Trinken, trinken, trinken – das ist das Wichtigste. Man kann die Menge genau ausrechnen, die man an Flüssigkeit braucht, um seine Zellen gut zu versor-

gen. Zu viel trinken ist aber auch nichts, dann spült man seine Mikronährstoffe zu sehr aus. „Beim Trinken sprechen wir von Wasser oder Kräutertee“, sagt Nils. „Nicht von Saft.“ Saft ist für ihn ohnehin eigentlich nur noch eine zuckerhaltige Flüssigkeit. Zucker ist leider Gift. „Man hat das Obst seiner ganzen Ballaststoffe beraubt, das ist nicht gesund.“ Auf was er allerdings setzt, ist der Schluck Zitronensaft in warmem Wasser. „Das hat eine basische Wirkung, denn normalerweise sind wir ohnehin eher übersäuert.“

Ernährung muss nicht einfach satt machen, sondern den Zellen helfen, Energie zu haben. Dafür sollte man auch mal fasten, dann können sich die Zellchen auch wieder selbst reinigen und neue Energie gewinnen. Autophagie nennen das die Mediziner. Intervallfasten hält er für eine gute Methode, dem Körper auf diese Weise wieder mehr Energie zu geben. „Wir sollten essen und genießen. Aber der Körper muss das verdauen können“, sagt er. „Also gib ihm Pausen.“ Idealerweise liegen zwischen den Mahlzeiten in einem Ess-Intervall rund vier Stunden Pause. „Stell dir deinen Verdauungsapparat vor wie eine Autowerkstatt. Während du noch an dem einen schraubst, kommt schon das nächste Auto rein und du musst daran auch schrauben. Das engt dich ein und du bekommst Stress.“ (Podcast 109, 104, 95 76)

#MINDFULLNESS

Die Power of Love, die in manchem Song besungen wird, tragen wir eigentlich alle in uns. Das wissen wir nur nicht. Jedenfalls meist nicht. Weil wir uns mit unserer Psyche noch immer nicht ehrlich auseinandersetzen, sondern oftmals gern selbst betuppen. Weil wir uns mit Egoismen durchsetzen, statt uns mit Eigenverantwortung um uns zu kümmern. Weil wir so weitermachen, wie wir es gelernt haben, statt zu lernen, wie wir weiter etwas schaffen können. Weil wir uns im Selbstmitleid verfangen, statt Selbstmitgefühl zu entwickeln. In der Sendung „Love yourself“ mit der Psychologin Claudia Zeidler geht es um Stressbewältigung, Trauer und Verlust. Und es braucht gar nicht die ganz dramatischen Schicksalsschläge, um mit sich besser umzugehen. Da reichen schon ein paar Neujahrsvorätze, an denen man scheitert, um sein Selbstwertgefühl zu vernichten. „Wir haben gelernt, uns unter strenger Selbstkritik voranzutreiben. Sich nicht hängenzulassen, nicht gehenzulassen, vorwärtzutreiben – auch das ist eine krankmachende Haltung“, erzählt Nils. Wie man zu mehr liebevollem Umgang mit sich selbst und zu mehr Resilienz, dem Geheimnis innerer Stärke, kommt, das entlarvt Nils Behrens mit der Ärztin Miriam Prieß. Klingt an mancher Stelle wie aus einer Science-Fiction-Story, hinterlässt aber echte Wirkung. „Ich bin überzeugt, dass nichts ohne Grund geschieht“, sagt Nils Behrens. Sein Podcast gibt jedenfalls genügend Grund, sich mal mit einem gesünderen Lebenswandel zu beschäftigen. Es ist fast eine Art alternativer Medizin: Podcasthören statt Pillenschlucken. (Podcast 115, 92, 80, 74)



ÜBER NILS BEHRENS

Nach einer Banklehre und einem BWL-Studium fing er bei der legendären Hamburger Werbeagentur Springer & Jacoby an. Weiter ging es zur TUI, erst als Leiter Brand Communications bei TUI Deutschland und später dann als Director Marketing bei TUI Cruises. Beim Lanserhof war er zunächst Geschäftsführer vom Lanserhof Hamburg und seit 2014 ist er Chief Marketing Officer der Lanserhof Gruppe.

HIGHENDMEDIZIN

Am Lanserhof wird modernste High-End-Medizin mit Wissen aus der Naturheilkunde ergänzt. Gegründet wurde das erste Lanserhof-Resort in Lans, Tirol. In jahrelanger Forschungs- und Entwicklungsarbeit entstand das Lanserhof Concept, das auf innovative Vitalmedizin und Prävention setzt. Diese Kombination

verhilft dem Gast, sich körperlich, seelisch und geistig zu regenerieren und unnötigen Ballast loszuwerden.

Inzwischen gibt es fünf Standorte. Neben Lans bietet man in Hamburg, London, am Tegernsee und nun auf Sylt das holistische Gesundheitskonzept an.

LANSERHOF TEGERNSEE – MALERISCHES BERGPANORAMA, DER TIEFBLAUE TEGERNSEE UND BERUHIGENDE WEITE

LANSERHOF SYLT – EUROPAS MODERNSTES GESUNDHEITSRESORT FÜR RUHE, REGENERATION UND REVITALISIERUNG MIT DEM GRÖSSTEN REETDACH EUROPAS UND RUNDUMBLICK ÜBER DIE NORDSEE



SEHNSUCHTSSUSHI

New York, Rio, Tokio – Schwabing: Wer Sushi liebt, bestellt es bei Kosta Baboulis. Als Gastgeber mit Leib und Seele liefert der bayerische Grieche das global geliebte Fingerfood in echter japanischer Handarbeit. Der Fisch wird am Morgen von Hand geangelt – im Mittelmeer – und am Abend dann in der Sushibar serviert oder im Homeservice ausgeliefert. Als Haus- und Hoflieferant der FC Bayern sowie großer Münchener Unternehmen wie BMW und Samsung oder langjähriger Sponsor der PIN.Party, die zugunsten der Pinakothek der Moderne und des Museums Brandhorst stattfindet, hat er sich ebenfalls einen Namen gemacht. Doch vielleicht lesen Sie hier einfach die ganze Geschichte. Denn die Welt ist zu komplex für kurze Sätze.

Die Sushibar in Münchens Stadtteil Schwabing gehört zu den besten Adressen der japanischen Küche. Und das seit mehr als zwanzig Jahren. An den schmalen Holztischen kommen Familie und Freunde zusammen. Und hier sitzen auch regelmäßig Japaner – unbestritten ein echtes Kompliment für die Köche. Selbstverständlich auch Japaner. Man kann dem Sushi-Meister an der Bar zuschauen, wie die Rolls entstehen. Die Nigiri und die

Maki, die Futomaki – also große Rollen – und Hosomaki – kleine Rollen. Und das Uramaki, das sind die Rollen, bei denen der Reis außen am Nori-Blatt klebt. Harumaki mit Shrimps. Oder Sashimi. Dazu Spinat in Sesamsauce. Es gibt japanische Küche mit europäischen Einflüssen. Und es gibt japanische Küche mit New Yorker- oder California-Taste – will heißen: Die Zutaten variieren nach dem globalen Lifestyle, durch den sie inzwischen geprägt sind. Doch egal wie: Da leckt man sich die Finger und die Stäbchen extra ab!

Und ein gutes Gewissen kann man auch noch haben. Da fällt wieder ein Schlagwort: Hier kommt Zero Waste vom Sushi-Space. Organisches Verpackungsmaterial wird für die kleine, spezielle To-Go-Box für Sushi verwandt: Quadratisch, japanisch, nachhaltig aus Papier, gut zu transportieren. Neu ist, dass man nun alle Nicht-Sushi-Gerichte bequem in der Mehrweg-Verpackung von Relevo bekommt.

Kosta Baboulis kam zum Sushi, als er als junger Mann bei einem Lieferservice jobbte. Danach übernahm er ihn. Eröffnete später die Shushibar. Heute sorgt Kosta Baboulis dafür, dass er ganz genau



weiß, woher all die Zutaten kommen. So wird zum Beispiel der Thunfisch aus Griechenland nach Bestellung einzeln gefischt. Er kennt den Fischer, er kennt die Art, wie er arbeitet. So verbindet er Nachhaltigkeit mit sozialem Engagement und unterstützt Unternehmer im euro-krisengebeutelten Land. „Nachhaltigkeit ist mir wichtig. Deswegen machen wir uns ein eigenes Bild, dass die Zutaten aus ökologischem Anbau und möglichst in Bio-Qualität produziert wurden. Dazu ist mir die Frische der Zutaten enorm wichtig. Meine Gäste sollen die Aromen aufnehmen können, die ein frisches Produkt mitbringt“, erzählt er. Aus Griechenland gehen mehrfach am Tag ohnehin Flieger zum Münchner Airport. Da kommt dann der fangfrische Fisch als Beiladung mit. So geht schmackhafte Küche heute.

**Sushibar, Marschallstraße 2
80802 München
Telefon 089 388 99 606**

**Für alle, die ihr Sushi lieber zu Hause genießen möchten, gibt es den Sushi-Heimservice. Telefon 089 30 00 51 50
Lieferzeiten Mo-Fr 11.00 bis 14.30
Mo-Sa 17.30 bis 22.00
So und feiertags 17.00 bis 22.00**



DASRECHNETSICH

Um Cannabis wird heiß diskutiert. Harmlos oder Einstiegsdroge? Wenn Cannabis legalisiert wird, könnte durch Steuern einerseits und Ersparnisse bei Polizei und Justiz andererseits ein Haushaltsplus von 4,7 Milliarden Euro entstehen. Eine Hochrechnung von Wettbewerbsökonom Justus Haucap.

Die Forderung nach einer Legalisierung von Cannabis ist unter Ökonomen nicht neu. Der liberale Wirtschaftswissenschaftler und Nobelpreisträger Milton Friedman hatte sie schon 1972 aufgestellt. Zahlreiche andere Ökonomen haben diese Forderung in der Folgezeit wieder aufgegriffen. Das Hauptargument der meisten Ökonomen für eine (regulierte) Freigabe von Cannabis liegt darin, dass diese gerade problematische Nutzer besser schützt als die Prohibition – so paradox es sich anhören mag. Faktisch ist Cannabis heute ziemlich problemlos zu bekommen, auch und gerade für Jugendliche. Illegale Dealer haben jedoch weder ein besonders ausgeprägtes Interesse am Jugendschutz noch an einer Qualitätssicherung im Sinne eines Gesundheitsschutzes. Vielmehr werden immer wieder höchst gesundheitsschädliche Substanzen beigemischt, von der Pestizidbelastung der Cannabispflanzen ganz abgesehen. Staatliche Qualitätsvorgaben und -kontrollen finden naturgemäß auf dem Schwarzmarkt nicht statt. Zugleich haben Dealer ein Interesse daran, ihren Kunden auch härtere Drogen zu verkaufen, weil Hanf relativ leicht selbst angebaut werden kann. Während es nachfrageseitig mindestens umstritten ist, ob Cannabis als Einstiegsdroge wirkt, gibt es angebotsseitig durchaus einen logischen Zusammenhang. Denn zumindest einige Cannabisdealer haben auch deshalb andere Drogen im Angebot und ein damit

einhergehendes Eigeninteresse, um Nutzer zum möglichst dauerhaften Konsum margenstarker Drogen zu bewegen und so mehr Geld zu verdienen. Eine Legalisierung und kontrollierte Freigabe kann den Schwarzmarkt deutlich reduzieren. Wird Cannabis legalisiert, werden Nutzer ihre Nachfrage zumindest in großen Teilen lieber bei legalen Händlern befriedigen als auf dem Schwarzmarkt – jedenfalls solange legales Cannabis hinreichend verfügbar und nicht zu teuer ist. Die positiven Auswirkungen einer Legalisierung des Cannabiskonsums für Jugend- und Gesundheitsschutz sind das Kernargument für das Ende der Prohibition. Aber auch fiskalische Aspekte sprechen für die kontrollierte Freigabe.

3,6 Millionen Konsumenten gibt es derzeit. Zur Ermittlung der möglichen Staatseinnahmen muss der Gesamtbedarf an Cannabis auf einem legalisierten Markt geschätzt werden. Naturgemäß liegen keine amtlichen Zahlen über die heute konsumierte Cannabismenge vor. Anhand von Prävalenzraten lassen sich jedoch Rückschlüsse auf den heutigen Konsum ziehen. Diese Prävalenzraten basieren auf den sogenannten epidemiologischen Suchtsurveys, die in Deutschland bisher im Drei-Jahres-Rhythmus durchgeführt werden. Erhoben wird dazu bei einer repräsentativen Stichprobe, welcher Anteil der Bevölkerung innerhalb verschiedener Altersgruppen eine bestimm-

te Substanz mindestens einmal in den letzten 30 Tagen (30-Tages-Prävalenz), mindestens einmal in den letzten zwölf Monaten (Zwölf-Monats-Prävalenz) oder mindestens einmal im ganzen Leben (Lebenszeit-Prävalenz) konsumiert hat. Befragt werden die Teilnehmer nach ihrem Konsum von Alkohol, Tabak, illegalen Drogen sowie Medikamenten. Mit den Umfragedaten lässt sich ermitteln, dass in Deutschland heute gut 3,6 Millionen Erwachsene Cannabis konsumieren, etwa 1,5 Millionen davon nicht nur gelegentlich. Hinzu kommen faktisch auch Minderjährige, deren Konsum bisher nicht systematisch erhoben wird. Auf Basis dessen und ausgehend von einem durchschnittlichen Bruttopreis von zehn Euro je Gramm lassen sich insgesamt Steuereinnahmen in Höhe von 2,8 Milliarden Euro ermitteln. Der Preis von zehn Euro ergibt sich daraus, dass dies in etwa dem heutigen Schwarzmarktpreis entspricht und der Preis auf dem legalen Markt nicht zu deutlich über dem Schwarzmarktpreis liegen darf, um den Schwarzmarkt effektiv einzudämmen. Zudem werden für Deutschland perspektivisch vergleichbare Produktions- und Marktstrukturen angenommen wie in Staaten, in denen Cannabis bereits legal angebaut, verarbeitet und vertrieben wird. So kommen etwa in Colorado rund 69 vollzeitäquivalente Arbeitsplätze auf jede verkaufte Tonne Cannabis. Für Deutschland mit einem geschätzten Gesamtbedarf von 400

Tonnen würden sich entsprechend rund 27.600 vollzeitäquivalente Arbeitsplätze ergeben. Auf Basis der international beobachtbaren Produktions- und Distributionskosten wäre eine Cannabissteuer von 4,50 Euro pro Gramm möglich, ohne den Zielpreis von zehn Euro pro Gramm inklusive aller Steuern nennenswert zu überschreiten. Als mögliches Steueraufkommen ergibt sich dann ein Aufkommen aus der Cannabissteuer (1,8 Milliarden Euro), der 19-prozentigen Umsatzsteuer (650 Millionen Euro), Gewerbe- und Körperschaftssteuer (85 Millionen Euro) sowie Lohnsteuer (280 Millionen Euro). Zusätzlich ergibt sich ein Sozialversicherungsaufkommen von etwa 526 Millionen Euro.

Durch Einsparungspotenzial bei Polizei und Justiz im Rahmen der Rechtsdurchsetzung sind Kosteneinsparungen von insgesamt rund 1,36 Milliarden Euro möglich, die sich wie folgt aufteilen: Bei der Polizei lassen sich etwa 1,1 Milliarden Euro einsparen, die Kosten der Staatsanwaltschaft, der Gerichte und des Justizvollzugs werden auf rund 313 Millionen Euro geschätzt. Zu berücksichtigen ist dabei, dass es durch die Legalisierung nicht unbedingt zu einem Stellenabbau kommen wird. Vielmehr ist davon auszu-

gehen, dass frei gewordene Kapazitäten anders genutzt werden können. Sofern dies für die Steuerzahler mindestens einen Wert hat wie die damit verbundenen Kosten, die dann nicht mehr zur Verfolgung von Cannabisdelikten aufgewendet werden müssen, entsteht hier ein volkswirtschaftlicher Mehrwert. Insgesamt ergibt sich ein Betrag zum öffentlichen Haushalt von rund 4,7 Milliarden Euro, der durch die Legalisierung von Cannabis realisiert werden kann, einerseits durch zusätzliche Einnahmen (Steuern und Sozialabgaben) und andererseits durch eingesparte Ausgaben. Diese Mittel könnten auch für präventive und kurative Maßnahmen eingesetzt werden. Wie sich die Gesundheitskosten nach einer Legalisierung entwickeln werden, ist nicht leicht zu prognostizieren. Gehen wir aber davon aus, dass der problematische Konsum, insbesondere bei Teenagern, sogar eher sinken als zunehmen wird – so wie dies in einigen US-Bundesstaaten heute zu beobachten ist –, so entstehen auch keine zusätzlichen Gesundheitskosten. Im Gegenteil ist dann sogar eher von sinkenden Gesundheitskosten auszugehen, weil gesundheitliche Schäden, die heute durch Streckmittel und Verunreinigungen entstehen, in einem legalisierten Markt weitgehend entfallen dürften.

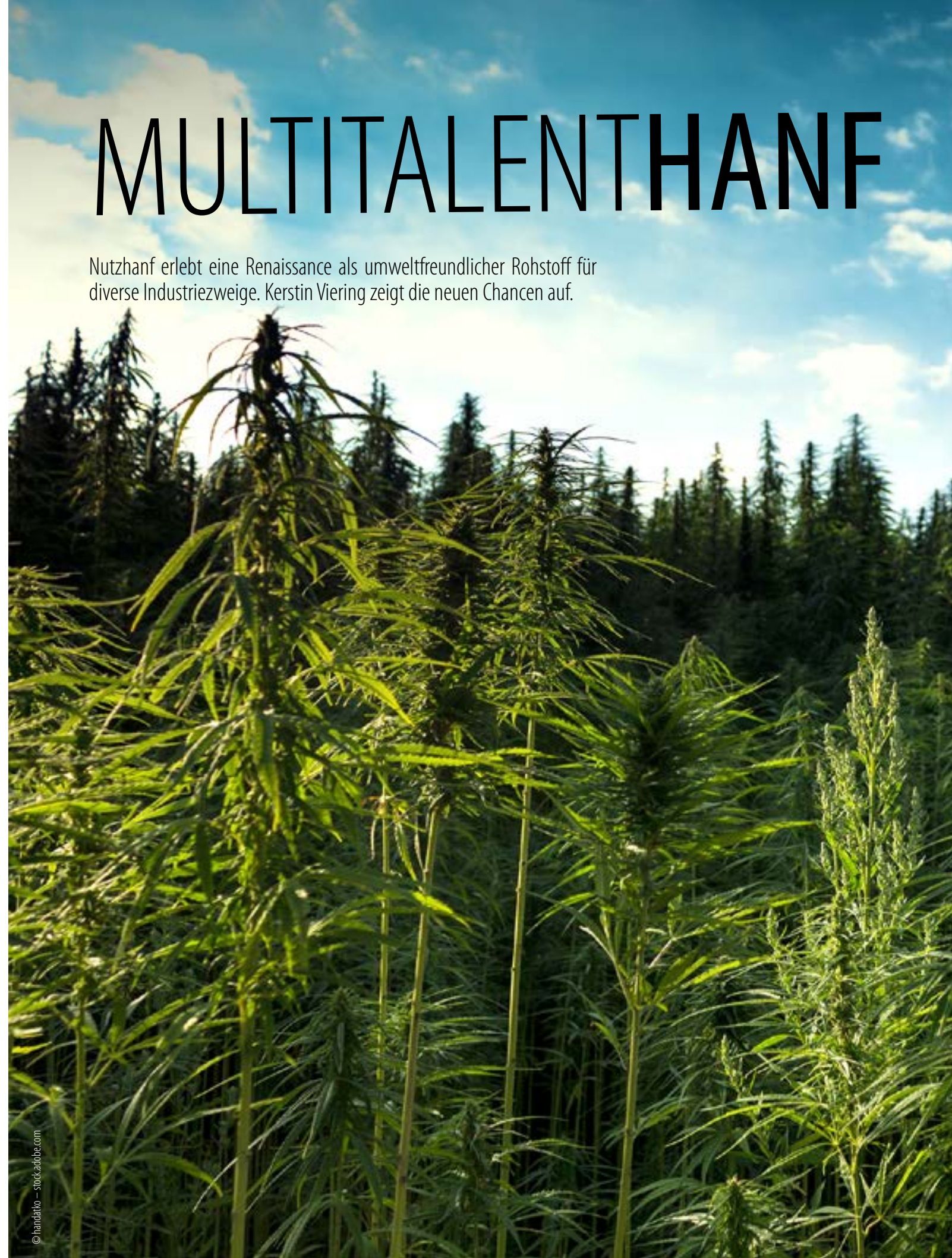


ÜBER PROF. DR. JUSTUS HAUCAP

Prof. Dr. Justus Haucap ist Direktor des Düsseldorfer Instituts für Wettbewerbsökonomie (DICE) an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Der Artikel erschien zuerst im Rotary Magazin für Deutschland und Österreich.

MULTITALENTHANF

Nutzhanf erlebt eine Renaissance als umweltfreundlicher Rohstoff für diverse Industriezweige. Kerstin Viering zeigt die neuen Chancen auf.



HANF IST DER HAUPTBESTANDTEIL DER FASERKAROSSERIE DES „RENEW SPORTS CAR“.



Was haben Bier und Bodylotion, Autotüren und Hauswände, Socken und Tierfutter gemeinsam? Das alles lässt sich aus Hanf herstellen. Jahrzehntelang hat Cannabis sativa vor allem als Rauschmittel von sich reden gemacht. Das hat dem Gewächs mit den handförmigen Blättern einen eher zweifelhaften, vom Rauch der Joints umwehten Ruf eingebracht. Doch die Formel „Hanf = Droge“ geht schon lange nicht mehr auf. Denn etliche Branchen haben die Stärken der uralten Nutzpflanze neu für sich entdeckt.

Aus dem langen Hanfstroh lassen sich zum Beispiel sehr reißfeste Fasern für die Textilindustrie gewinnen. „Hanf ist robust, langlebig und hat einen natürlichen Glanz“, schwärmt Kristin Heckmann vom Naturtextilien-Pionier hessnatur. Zudem trocknet er schnell, ist atmungsaktiv und fühlt sich auf der Haut gut an. Die Qualität entspricht etwa der von hochwertiger

Baumwolle, doch die Umweltbilanz ist deutlich besser: „Hanf zählt zu den umweltschonendsten und nachhaltigsten Fasern“, betont Kristin Heckmann.

Denn beim Anbau des relativ robusten und anspruchslosen Gewächses kommen kaum umweltschädliche Chemikalien zum Einsatz. Nach der Saat wächst der konkurrenzstarke Hanf so rasch und dicht heran, dass in seinem Schatten kaum etwas anderes gedeiht. Eine Unkrautbekämpfung können sich die Landwirte daher sparen. Vor allem im Vergleich zum sehr pestizidintensiven konventionellen Baumwoll-Anbau sammelt Cannabis hier Umwelt-Pluspunkte.

Zudem gilt Baumwolle als eine sehr durstige Kultur. Wo in der Vegetationsperiode nicht mindestens 750 Millimeter Niederschlag fallen, muss sie zusätzlich bewässert werden. Wie gut der Hanf im Vergleich dazu abschneidet, hat eine

Studie des Leibniz-Instituts für Agrartechnik und Bioökonomie e.V. (ATB) in einem Feldversuch bei Potsdam getestet – in einem der trockensten Anbaubereiche in Deutschland. Damit die beiden dort ausgesäten Hanfsorten im besonders trockenen Jahr 2018 richtig aufgingen, mussten sie anfangs bewässert werden. Dann aber etablierten sie sich und nutzten die zur Verfügung stehende Feuchtigkeit sehr effizient: Bei der Ernte lieferten sie pro Kubikmeter verbrauchten Wassers im Schnitt 2,4 Kilogramm Trockenmasse. Diese sogenannte Wasserproduktivität liegt damit sechsmal höher als bei Baumwolle. „Wir sehen, dass Hanf großes Potenzial für den Anbau an relativ trockenen Standorten bietet“, resümiert Hans-Jörg Gusovius, Experte für Faserpflanzen am ATB. Wenn der Klimawandel künftig mehr Dürren bringt, kann das nur von Vorteil sein.

KLIMASCHÜTZER UND ÖLQUELLEN

Neben Textilien kann man aus dem pflanzlichen Multitalent auch Dämmstoffe für Gebäude herstellen, die sehr gut gegen Wärme, Kälte und Lärm dämmen. Die Fasern können Feuchtigkeit aufnehmen und später beim Trocknen wieder abgeben, was sich günstig auf das Raumklima auswirkt. Zudem sind sie sehr haltbar und resistent gegen Schimmel und Bakterien. Und sie punkten auch in Sachen Klimaschutz.

So hat das nova-Institut in Hürth bei Köln analysiert, welche Mengen an Treibhausgasen beim Hanf-Anbau, bei der Gewinnung der Fasern und beim Transport zum Verarbeitungsbetrieb anfallen. Verglichen mit Glaswolle setzte der Hanf dabei nur ein Drittel so viele Treibhausgase frei. Hinzu kommt, dass die schnell wachsenden Pflanzen in vier bis fünf Monaten bis zu fünf Meter hoch werden und drei Meter lange Wurzeln entwickeln können. Und dafür brauchen sie eine ganze Menge Kohlendioxid, dessen Kohlenstoff sie in ihre Stängel, Blätter und Wurzeln einbauen. Fachleute des Europäischen Industriehanf-Verbandes EIHA haben ausgerechnet, dass eine Tonne Nutzhanf beim Wachsen 1,6 Tonnen Kohlendioxid aus der Atmosphäre holt. Verbaut man die Fasern dann beispielsweise als Hanfbeton in einem Haus, steckt der darin enthaltene Kohlenstoff anschließend für Jahre in den Wänden, statt das Klima weiter aufzuheizen.

Auch im Automobilbau haben einige Firmen eine alte Idee von Henry Ford wieder aufgegriffen und nutzen Verbundwerkstoffe aus Kunststoff und Hanffasern. Denn die sind leicht, äußerst widerstandsfähig und schwer entflammbar. Und wenn bei einem Unfall Stücke

abbrechen, entstehen keine scharfen Schnittkanten. Verwendung finden diese Materialien zum Beispiel in Tür- und Kofferraumauskleidungen, Armaturenbrettern oder Heckspoilern. Die Firma Renew Sports Cars hat sogar ein Auto vorgestellt, das komplett aus Hanfbauteilen besteht. Bis zum Jahr 2025 will die Firma Fahrzeuge entwickeln, deren Produktion der Atmosphäre Kohlenstoff entzieht, statt weiteren freizusetzen.

Doch nicht nur die Fasern, sondern auch die essbaren Teile der Hanfpflanzen erleben seit einigen Jahren eine Renaissance. Dabei geht es nicht etwa darum, berauschende Mahlzeiten auf die Teller zu bringen. Da Nutzhanf nur sehr geringe Mengen der psychoaktiven Verbindung Tetrahydrocannabinol (THC) enthält, ließe sich eine solche Wirkung damit gar nicht erzielen. Dafür finden sich in Hanfsamen hochwertige Proteine, mehrfach ungesättigte Fettsäuren, Ballaststoffe, Vitamine und Mineralien. Man kann aus ihnen Speiseöl pressen und Proteinpulver sowie Ballaststoffe produzieren oder die Beiprodukte als Tierfutter verwerten. Auch die Hanfblüten werden bereits genutzt. Sie aromatisieren zum Beispiel Limonaden und Hanfbier oder lassen sich zusammen mit den Blättern als Tee aufbrühen.

UNKRAUT-EX UND NITRATBINDER

Das vielfältige Interesse an dem Rohstoff vom Acker hat dazu geführt, dass die Anbauflächen in Deutschland in den letzten Jahren kräftig gewachsen sind. Die Statistik des Jahres 2021 weist 6444 Hektar aus, das sind 20 Prozent mehr als im Jahr davor.

Man kann das vielseitige Gewächs auch als Zwischenfrucht aussäen, wenn die eigentliche Kultur schon geerntet ist. Diese neue Idee hat die Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen zusammen mit Landwirten, der Maschinengenossenschaft Loxten und dem Naturfaser-Hersteller NFC GmbH Nettle Fibre Company entwickelt und etabliert. Nach der Gersten-Ernte wurde der Hanf zu einer unüblichen Zeit Mitte Juli ausgesät. Im September war die Fläche dann grün, bis die Pflanzen über Weihnachten abstarben. Dieser winterliche Bewuchs hat eine ganze Reihe von Vorteilen. Die Pflanzen unterdrücken nicht nur Unkraut, ihr ausgedehntes Wurzelsystem lockert auch den Boden, verhindert Erosion und schafft so günstige Bedingungen für die nachfolgende Sommerkultur. Zudem nehmen die Pflanzen Nitrat auf, das ansonsten die Gewässer überdüngen oder im Grundwasser landen könnte.

CHANCEN FÜR LANDWIRTE

Gerne würde die Textilfirma von Kerstin Heckmann Hanf aus heimischem Anbau beziehen. Doch man brauche ihn als bereits ausgespinnene Faser. Und dafür hat sich in Deutschland bisher noch kein Lieferant gefunden.

„Tatsächlich müssen sich die Lieferketten in Deutschland und Europa erst noch entwickeln“, bestätigt Daniel Kruse. Der Präsident des Europäischen Industriehanf-Verbandes EIHA, der die Interessen von Landwirten, Erzeugern und Händlern vertritt, sieht die deutschen Hanfbauern derzeit noch in einer schwierigen Lage.

Denn sie müssen mit etablierteren Erzeugern etwa in Kanada oder China konkurrieren. Und dabei stehen ihnen auch noch rechtliche Hürden und strenge Regularien im Weg.

So dürfen sie bisher nur bestimmte Sorten aussäen, die weniger als 0,2 Prozent THC enthalten. Mitarbeiter der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung kontrollieren noch auf dem Feld, ob dieser Grenzwert eingehalten wird. Ansonsten wird die Ernte beschlagnahmt.

Für ihn ist die Tatsache, dass auch Industriehanf noch immer an das Betäubungsmittelgesetz gebunden ist, eines der wesentlichen Hindernisse für einen weiteren Ausbau des europäischen Hanfmarktes. So dürfen in vielen EU-Ländern keine Hanfblüten genutzt werden, weil sie als Betäubungsmittel gelten – obwohl ihr THC-Gehalt den Grenzwert von Industriehanf einhält. „Wir brauchen einen europäischen Rechtsrahmen für die Nutzung der gesamten Pflanze“, fordert Daniel Kruse.

Eine Erleichterung für die Hanfbauern hat die EU immerhin schon beschlossen: Ab dem 1. Januar 2023 darf Nutzhanf 0,3 statt 0,2 Prozent THC enthalten, wenn man dafür Direktzahlungen erhalten will. Für den nicht subventionierten Anbau können die Mitgliedsstaaten auch noch höhere Grenzwerte festlegen. Dadurch können weitere Nutzhanf-Sorten zugelassen werden, und das Risiko für Grenzwertüberschreitungen auf dem Acker sinkt. „Nutzhanf ist keine Droge“, betont Daniel Kruse. „Also sollte er auch nicht wie eine behandelt werden.“



ÜBER KERSTIN VIERING

Der ganze Artikel von Kerstin Viering erschien zuerst im Rotary Magazin für Deutschland und Österreich. Die freie Wissenschaftsjournalistin schreibt über Themen aus den Bereichen Biologie, Umwelt- und Naturschutz, Klimaforschung und Geowissenschaften.

CHRISTINE KRÖNCKE INTERIOR DESIGN



 Ludwigpalais

LUDWIGSTR.6 MÜNCHEN

TEL.: 089 66 0 66 714

SHOP@CHRISTINEKROENCKE.NET

WWW.CHRISTINEKROENCKE.NET



SICHERIM CYBERSPACE

Es gibt zu viele unsichere Strategien und viel zu wenig Prävention. Thomas R. Köhler plädiert auf „mitschuldig“: Firmen und Privatleute machen es Hackern und Cyberkriminellen zu leicht.

„Cybersicherheit ist Chefsache“ – das ist die zentrale These eines neuen Buches zu einem bis heute unterschätzten Thema. Unterschätzt, denn bereits die reinen Fallzahlen sind erschreckend. Nach einer Erhebung des Digitalverbands „Bitkom“ waren 2020/2021 neun von zehn Unternehmen (88 Prozent) von Cyberattacken betroffen. In den Jahren 2018/2019 wurden drei Viertel (75 Prozent) Opfer. Anders gesagt: Irgendwann betrifft es jedes Unternehmen. Befragt wurden dazu mehr als 1000 Unternehmen über alle Branchen hinweg.

Hinzu kommt eine wohl nicht unerhebliche Dunkelziffer, denn nicht alle Angriffe werden sofort bemerkt, zu oft dauert es Wochen oder gar Monate, in denen die Onlinegangster sich in aller Ruhe im Unternehmen umsehen, Daten entwerden und Rechnersysteme manipulieren können. Bemerkt wird ein solcher An-

griff meist erst dann, wenn es zu spät ist, wenn etwa eine Onlineattacke Teile des Unternehmens lahmgelegt hat und Cybererpresser wichtige Firmendaten quasi als Geiseln genommen haben und erst gegen Zahlung eines Lösegelds freigeben. Ein Lösegeld, das Hunderttausende oder sogar Millionen von Euro betragen kann. Zahlbar sind diese Summen fast immer in schwer nachzuverfolgenden Cryptowährungen, wie zum Beispiel Bitcoin. Diese unter dem Namen „Ransomware“ bekannt gewordene Verbreichensform stellt aktuell das größte Cyberrisiko dar und betrifft kleine, mittelständische und große Unternehmen gleichermaßen. Übrigens auch viele Privatleute. Bei Letzteren geht es jedoch meist um den Zugriff auf persönliche Erinnerungen, wie etwa eigene Bilder und Videos, die den Cybergangstern in die Hände fallen. Bekannt werden aber stets nur die gro-

ßen Sicherheitsvorfälle, im Regelfall tun die Betroffenen alles dafür, einen solchen Vorfall unter der Decke zu halten, denn neben dem direkten Schaden droht Imageverlust und beim Abhandenkommen von personenbezogenen Daten unter Umständen auch eine Geldbuße durch die zuständige Datenschutzaufsichtsbehörde im jeweiligen Bundesland.

2021/22 waren unter anderem die Funke Mediengruppe, der Handelsriese MediaMarkt und der Logistikkonzern Hellmann von derartigen Attacken betroffen. In allen Fällen waren die Vorkommnisse nicht zu leugnen, da auch Kunden direkt oder indirekt betroffen waren. Besonders pikant: Hellmann erbringt auch Versorgungsleistungen für die Bundeswehr und ist Teil der deutschen Impfstofflogistik.

All diesen Alarmmeldungen zum Trotz war Cybersicherheit für die meisten Führungskräfte bisher nicht weiter relevant.





THOMAS R. KÖHLER IST – NEBEN SEINER LEHRTÄTIGKEIT AN DER HOCHSCHULE DER POLIZEI IN BRANDENBURG ZU „CYBERCRIME“ – HÄUFIG SPEAKER BEI FACH- UND FIRMENEVENTS, WIE HIER BEIM DIZ INFRASTRUKTUR SUMMIT IN FRANKFURT/MAIN.

Das Thema galt und gilt noch immer als Aufgabenfeld für die IT-Abteilung. Zumindest solange nichts passiert, fehlt die „Management Attention“. Forderungen der Fachseite nach Budgets für Sicherheitsinvestitionen werden vielfach als lästig gesehen, es fehlt schlicht das Verständnis der Führungskräfte, die heute typischerweise ja gerade keinen technischen Hintergrund mitbringen. Und so redet man in vielen Betrieben aneinander vorbei und gefährdet dabei unter Umständen das Unternehmen.

Ob und inwieweit Cybersicherheit tatsächlich ein potenziell existenzbedrohendes Risiko ist, war jahrelang umstritten, es ist ein bisschen wie mit dem Frosch im Wasser, das langsam erwärmt wird; anfangs ist die Temperatur angenehm, dann lästig aber irgendwann ist es der Punkt überschritten und es ist zu spät für den Frosch.

Spätestens seit der Insolvenz des Schweizer Fensterherstellers „Swisswindows“ in 2020, die von der Geschäftsleitung auf eine Cyberattacke zurückgeführt wurde, gilt die Frage nach der „Existenz“ als belegt. Übrigens: Auch das jährlich erhobene „Allianz Risiko Barometer“ sieht Cyberrisiken 2021 auf Platz 3 der globalen Business Risiken und Betriebsunterbrechungen – ein Thema, was eng mit Cyberrisiken zusammenhängt – sogar auf Platz 1.

Wie erklärt sich aber nun die hohe Diskrepanz zwischen erheblichen Fallzahlen und dem tatsächlichen Verhalten Betroffener?

Das Grundproblem ist simpel und nicht auf Cyberrisiken beschränkt: An Vorsorge denkt kaum jemand gerne, denn sie

erzeugt heute nur Kosten oder erfordert Verzicht, während sich der Erfolg in eine ungewisse Zukunft verschiebt. Jeder Raucher und jeder Übergewichtige weiß, dass der eigene Lebensstil nicht gesund ist und potenziell früher oder später zu Gesundheitsproblemen führt. Dennoch wird das Risiko oft verdrängt. Ähnlichen Denkmustern folgen viele Führungskräfte, wenn es um Cyberrisiken geht, denn im Hier und Heute entstehen ja „gefühlte“ erstmal nur Kosten.

Hinzu kommt aus Unternehmenssicht, dass sich Cybersicherheit nicht richtig berechnen lässt.

Anders als bei herkömmlichen Investitionen gibt es keinen klar bestimmbar ROI („Return on Investment“), denn das bestmögliche Ergebnis in Sachen Sicherheit ist ja, dass gerade nichts passiert und da ist nicht immer klar, welche Maßnahme zu welchem Erfolg geführt hat. Am besten nähert man sich daher dem Thema – da ist sich die Fachwelt einig – aus der Perspektive des Risikomanagements. Das Problem: Anders als etwa bei anderen Risiken wie Stürmen, Erdbebengefahren oder Hochwasser hat man wenig belastbare Daten, auf die man zurückgreifen kann, weder die Eintrittswahrscheinlichkeit noch die erwartete Schadenshöhe lassen sich auch nur annähernd bestimmen, zu ungewiss und vielfältig sind mögliche Ereignisse im Bereich Cybergefahren. Hinzu kommt: Es existieren zwar zahlreiche Studien, diese sind aber typischerweise von Dienstleistern und Softwareanbietern aus der Branche verfasst und verzerren die Realität fast immer in Richtung des Produktes oder des Services, den es zu promoten gilt. Zudem bleiben

wichtige Zusammenhänge oftmals außen vor. Ein Beispiel: Wird etwa ein Logistikunternehmen gehackt, das bestimmte vertragliche Lieferverpflichtungen hat, die es infolge der Attacke nicht einhalten kann, können die zu erwartenden Vertragsstrafen unter Umständen höher sein als die direkten Schäden, wie etwa die Wiederherstellung und Wiederinbetriebnahme der betroffenen IT-Systeme.

Was kann man also ganz konkret tun? Die Grundregeln für den sicheren Umgang mit IT für Privatpersonen wie Kleinunternehmen sind wohl bekannt: Laufende Updates von Betriebssystemen und Anwendungsprogrammen, regelmäßige Datensicherungen und vor allen Dingen keine unbekannten E-Mail-Anlagen anklicken oder zweifelhafte Websites besuchen. Jeder kennt diese Basics. Diese gelten sinngemäß auch für größere Unternehmen, nur dass es hier gilt, auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entsprechend mit den Risiken vertraut zu machen. „Awareness“ ist das große Zauberwort und eine notwendige, aber nicht unbedingt hinreichende Voraussetzung für mehr Sicherheit im Unternehmen.

Grundsätzlich gilt: Je größer das Unternehmen, umso komplexer und damit potenziell fehleranfälliger ist die IT-Landschaft, daher lohnt es sich fast immer, die bestehende Infrastruktur auf mögliche Einfallstore für Angreifer absuchen zu lassen. Man spricht hier vom „Penetration Testing“. Dies wird im Regelfall durch Experten einer unabhängigen Fachfirma erledigt. Eine Entschuldigung, auf eine externe Analyse zu verzichten, gibt es nicht. Erst nach einer solchen Lagebewertung lohnen sich Überlegungen zum Kauf zusätzlicher Softwareprodukte und Dienstleistungen.



ÜBER THOMAS R. KÖHLER

Nach Stationen in Forschung und Lehre, Strategieberatung und Softwareentwicklung wurde Köhler selbst Unternehmer und berät mit seinem Team der CE21 GmbH in Holzkirchen bei München mittelständische wie internationale Unternehmen in Sachen Sicherheit und Datenschutz – darunter einen der Top 3 Cloud-Anbieter weltweit. Er ist Autor von 15 Büchern zu Technologiethemen. Zuletzt ist das hier besprochene „Chefsache Cybersicherheit“ im CAMPUS Verlag erschienen. Seinen Durchbruch hatte er mit dem Buch „Die Internetfalle“, in dem er als Erster die Risiken von Internet- und Social Media Plattformen für Endverbraucher beschrieben hatte. So ganz losgelassen hat ihn die Hochschulwelt nicht: 2019 erhielt Köhler eine Berufung als Research Professor an das Center for International Innovation der Hankou University (CN). Er ist Lehrbeauftragter an der Hochschule der Polizei in Brandenburg und verantwortet im Masterstudiengang „Kriminalistik“ das Thema „Cybercrime“. Einen Überblick über seine Arbeiten finden Sie unter <https://linktr.ee/profkoehler>.

T



Weniger Still leben, mehr Stil leben.

Teufel

×

Rosen ~~th~~ *thal*

MADEINGERMANY

Das gibt es noch und wird von einem kleinen, feinen Taschenlabel ganz groß herausgebracht. Kompromisslose Qualität und zeitloses sinnvolles Design mitten in München.

Christina Rosenberg wollte sich immer schon selbstständig machen und hat sich diesen Traum kurz vor ihrem 50. Geburtstag erfüllt. Nach knapp 15 Jahren bei Hermès als verantwortliche Geschäftsführerin für Deutschland, Österreich und Tschechien.

Ihre Liebe galt schon immer dem Handwerk und formvollendeten Produkten. Hermès war perfekt. Jedoch aus einer Unternehmerfamilie im Textilbereich stammend, treibt es auch sie in die Unabhängigkeit. Bereits früher in den Ferien verbrachte sie regelmäßig ihre Zeit im „Musterzimmer“, um Farbkarten zu kleben. Als 10-jähriges Mädchen durfte sie mit ihrem Vater auf die Eurocolor fahren, wo die europäischen Trendfarben festgelegt wurden. Sie hatte schon immer davon geträumt, ihr eigenes Herzensprojekt einer kleinen, feinen Marke umzusetzen.

Eine zeitlose, in handwerklicher Perfektion hergestellte Aktentasche zu entwerfen, die höchst funktionell ist, gleichzeitig aber auch durch ihre Formvollendung besticht – das war die Idee zu ihrem eigenen Taschenlabel. Alle Taschen werden aus feinstem französischen Kalbsleder

gefertigt, das bereits aus der Nahrungsmittelproduktion zur Verfügung steht. Es ist offenporig und entwickelt die schönste Patina. Die Tasche wird quasi mit jedem Tag schöner und kann an die nächste Generation vererbt werden.

Nach der Aktentasche „Undercover“ wuchs das Sortiment schnell um die Reisetasche „Weekender“ für den Kurztrip oder einfach zum Sport. Und es folgten neuerliche, handwerkliche Kunststücke wie eine Laptoptasche, Bucket Bag, der Shopper, die Henkeltasche oder eine Clutch. Die Taschen sind offenkantig verarbeitet, was ein Zeichen höchster Täschnerkunst ist. Das Schneiderhandwerk brachte Christina Rosenberg sich übrigens selbst bei und wurde dafür in jungen Jahren mit dem Aenne-Burda-Nachwuchspreis honoriert. Bei den „Zutaten“ wie Reißverschlüssen und Metallbeschlägen aus Deutschland und Italien wird ebenso auf höchste Qualität geachtet – bis hin zur Verpackung. Denn hier wird besonderer Wert auf hochwertige Kartonagen und Ripsbänder gelegt. Natürlich durften auch die passenden Kleinlederwaren nicht fehlen – alle in un-

terschiedlichen Farben. Die Fertigung aller Produkte erfolgt ausschließlich in zwei kleinen Manufakturen in Deutschland. Tatsächlich „Made in Germany“. Denn die Erhaltung des deutschen Handwerks liegt Christina Rosenberg am Herzen. Und sie kann durch die Nähe zum Kunden schnell auf Sonderwünsche reagieren. Etwa der Verwendung anderer Leder, da die bestehende Kollektion ausschließlich aus Kalbsleder hergestellt wird. Zudem gibt es die Möglichkeit zur Aufarbeitung oder Reparatur. Ein weiteres Highlight sind die Sonderanfertigungen: Alle Produkte können mit Initialen versehen werden. Absolute Priorität hat jedoch die nachhaltige Herstellung aller ihrer Produkte.

Außerdem möchte Christina Rosenberg bei ihrer Kollektion keinen modischen Trends hinterherjagen, sondern moderne, zeitlose Taschen hervorbringen, die durch ihre Formvollendung und Funktionalität überzeugen. Hier steht die Tasche im Vordergrund und nicht die Marke. Davon können Sie sich schon bald persönlich, z.B. in Hamburg, ein Bild machen. Auf der Website www.nberg.de finden Sie Details zu den anstehenden Events.



VOR ZWEI JAHREN MACHTE SICH CHRISTINA ROSENBERG SELBSTSTÄNDIG UND FERTIGT IN ZWEI KLEINEN MANUFAKTUREN IN DEUTSCHLAND – EINES IHRER HIGHLIGHTS IST DER SHOPPER „EASYGOING“.

UNSICHTBARES SEHEN

TITEL: FUJIKO NAKAYA, FOG X FLO, FRANKLIN PARK, BOSTON, 2018
 RECHTE SEITE: FUJIKO NAKAYA, MALDIVES FOG, MALDIVES, 2012

Im Haus der Kunst in München setzen die Ausstellungsmacher darauf, der Kunstbeziehung des Publikums einen neuen Sinn zu geben. Dafür präsentiert man in einem umfangreichen Programm Künstler, die sich mit zentralen Themen der zeitgenössischen Gesellschaft wie Nachhaltigkeit, Inklusion sowie Formen der Spiritualität beschäftigen. Das Publikum kann so nicht nur betrachten, sondern teilhaben.

Die japanische Künstlerin und Bildhauerin Fujiko Nakaya (*1933 in Sapporo, Japan) eröffnet im April diesen Themenparcours. Es ist ihre erste umfassende Werkschau außerhalb Japans. Inspiriert vom in den 1970er-Jahren aufkeimenden ökologischen Bewusstsein arbeitet Nakaya seit jeher und bis heute mit Luft- und Wasser-Elementen, die inzwischen im Zusammenhang mit der Klimakrise Bedeutung erlangt haben.

Die Nebelskulpturen von Fujiko Nakaya bestehen vollständig aus reinem Wasser. Sie fordern traditionelle Vorstellungen von Skulptur heraus, denn je nach Temperatur, Wind und Atmosphäre verändern sie sich in jedem Augenblick.

„Nebel lässt sichtbare Dinge unsichtbar werden, während unsichtbare – wie Wind – sichtbar werden“, sagt Nakaya. Die frühen Gemälde, Nebelskulpturen, Einkanal-Videos, Installationen und Dokumentationen werden in direkte Beziehung zu dem sozialen und kulturellen Netzwerk der Künstlerin gesetzt. Nakayas besonderer Zugang zu Themen wie Natur, Wissenschaft und Zufall hat das japanische Künstler*innenkollektiv Dumb Type und den Musiker Carsten Nicolai auf unterschiedlichste Weise entscheidend geprägt. Nakayas Interesse am Prozesshaften anstelle von fertigen Objekten wurde wiederum von der wissenschaftlichen Praxis und Ethik ihres Vaters beeinflusst. Der Schneephysiker und Filmproduzent Ukichiro Nakaya dokumentierte mit der Kamera die Einzigartigkeit und Flüchtigkeit von Schneekristallen.

Fujiko Nakaya wurde im Rahmen des „Pepsi Pavillons“ auf der Weltausstellung in Osaka 1970 Teil der von Rauschenberg und Klüver gegründeten Gruppe Experiments in Arts and Technology (E.A.T.). Sie leitete viele Jahre lang das Japan International Video Television Festival.



GEMEINSCHAFTSARBEIT JAKOB STEIGER UND INES VALENTINITSCH II

DIGITALUNDKUNST NFTSVERÄNDERN

Ist das Kunst oder kann das weg? Die berühmte Frage muss man wohl künftig umformulieren: Ist das Kunst oder Cryptowährung? Julia Finkeissen hat Vioventi Art gegründet, um neben ihrer Forschung an einer Hochschule Künstler zum digitalen Markt zu führen. Sie gibt Antwort darauf, was sich im Kunstmarkt durch Artprogrammierer verändert.

Die Frage muss meiner Ansicht nach lauten: Sind NFTs die Zukunft des Kunstmarktes? Denn „weg“ bekommen wir sie nicht mehr, die NFTs. Die Non-Fungible Tokens erobern seit spätestens Anfang des Jahres 2021 auch in der medialen Öffentlichkeit ihren Platz. Für knapp 70 Mio. Dollar wurde das Werk „Everydays: The first 5000 Days“ von Mark Winkelmann, der unter dem Künstlernamen „Beeple“ auftritt, versteigert.

Die Reaktion von Öffentlichkeit und Kunstexperten rief Begeisterung, Erstaunen, Schock und fehlendes Verständnis hervor. Nur wenige Akteure sahen zu Beginn der Entwicklung schon die großen Möglichkeiten. Neben einer Erweiterung des Kunstmarkts durch neue Akteure bietet das Handeln über Cryptoplattformen große Transparenz, was die Provenienzforschung vereinfacht und den gesamten Markt demokratisiert. NFT-Plattformen

wie OpenSea oder CryptoSlam ermöglichen Künstlern einfache, direkte Vermarktungsmöglichkeiten.

Mittlerweile nehmen NFTs auf allen internationalen Kunstmessen wie der Art Basel einen signifikanten Platz ein, und das, obwohl sie dort gar nicht verkauft werden können, da sie nur auf Cryptoplattformen gehandelt werden.

Als erstes Museum weltweit hat die Gemäldesammlung der Uffizien in Florenz Michelangelos Werk Tondo Doni als digital verschlüsselte, authentifizierte und einmalige Kopie versteigert. 160.000 Dollar war dieses rein digitale Werk einem römischen Sammler wert. Im Januar 2022 hat nun das ZKM, das Zentrum für Kunst und Medien in Karlsruhe, ein reines NFT Kunstwerk, einen CryptoMutt des Künstlers Kenny Schachter, erworben. Der Unterschied lässt sich so beschreiben: Ein Bild von Chagall, Picasso oder van

Gogh ist etwas Greifbares und man kann es zuhause aufhängen. Ob echt oder als Kopie bestimmt mein Budget. Ein NFT gibt es nur in der virtuellen Welt. Ich habe nur einen Code.

Grund genug der Frage nachzugehen, inwieweit der weltweite Kunstmarkt sich in einem nachhaltigen Veränderungsprozess befindet.

Fangen wir von vorne an: NFT ist die Abkürzung für Non-Fungible Token. Fungible bedeutet austauschbar. Nicht austauschbare Tokens können im Cryptomarkt gehandelt werden. Sie verbinden ein Werk, hier ein Kunstwerk, mit einer fälschungssicheren Lizenz, dem Token. NFTs sind somit ein wichtiger Bestandteil des Metaverse geworden, einer wachsenden, rein digitalen Welt, in der jeder Akteur einen Avatar nutzen kann, um in einer für uns derzeit teils noch Erstaunen hervorrufenden virtuellen Welt zu interagieren.

Wo also liegen die Vorteile der NFTs? Kenny Schachter von der New Yorker PACE Gallery sagt: „Jede Galerie mit einer Website wird NFTs erstellen, wenn nicht aufgrund der Weitsicht der Galeristen, dann aufgrund des Drängens der Künstler.“ Denn für die Künstler liegt in der neuen technologischen Möglichkeit der Mehrwert. Er kann künftig an jeder Preissteigerung durch Weiterverkauf partizipieren. Meistens erhält der Künstler bei jedem Weiterverkauf zehn Prozent der Wertsteigerung. NFTs sind die Chance, goodbye zum Bild des brotlosen Künstlers zu sagen!

Neben dem Künstler haben auch die Kunstsammler Vorteile: Selbst wenn kein

Markt fälschungssicher ist, so kann man bei einem auf einer renommierten Plattform gekauften NFT derzeit mit großer Sicherheit davon ausgehen, dass es sich um ein Unikat handelt.

Die Verbindung von Kunst mit Software als Medium erweitert den Handlungs- und Darstellungsraum bis ins Unendliche. Vorwärtsgetrieben haben den Markt hauptsächlich junge und Blockchain begeisterte Menschen, die zuvor meist mit Kunst wenig Berührung hatten. Über Crypto Communities findet ein schneller digitaler Austausch statt, der das Interesse bei vielen neuen Kunstliebhabern in einer schnelllebigen Zeit geweckt hat. Aber auch die langjährigen Sammler von zeitgenössischer Kunst oder gar von Alten Meistern beginnen sich für die neuen technologischen Werke zu interessieren. So wie ein Museum in Florenz nun sein jährliches Budget mit dem Verkauf von digitalen Nutzungsrechten an der Kopie großer Meister verkauft und damit die Museumskasse füllt für notwendige Restaurationsarbeiten der (analogen) Alten Meister, so kann ein Museum durch den Ankauf von Cryptokunst demonstrieren, dass es auch im Kunstmarkt schon tief eingetaucht ist in eine sich rasant digital entwickelnde Welt.

Über Fraktionalisierung von Kunstwerken kann zudem das Eigentum an einem Kunstwerk in viele Teile, also viele Eigentümer, gesplittet werden. An Wertsteigerungen von bekannten Kunstwerken wie z. B. von Michelangelo, Chagall oder Picasso zu partizipieren ist dadurch auch mit kleinem monetären Einsatz möglich.

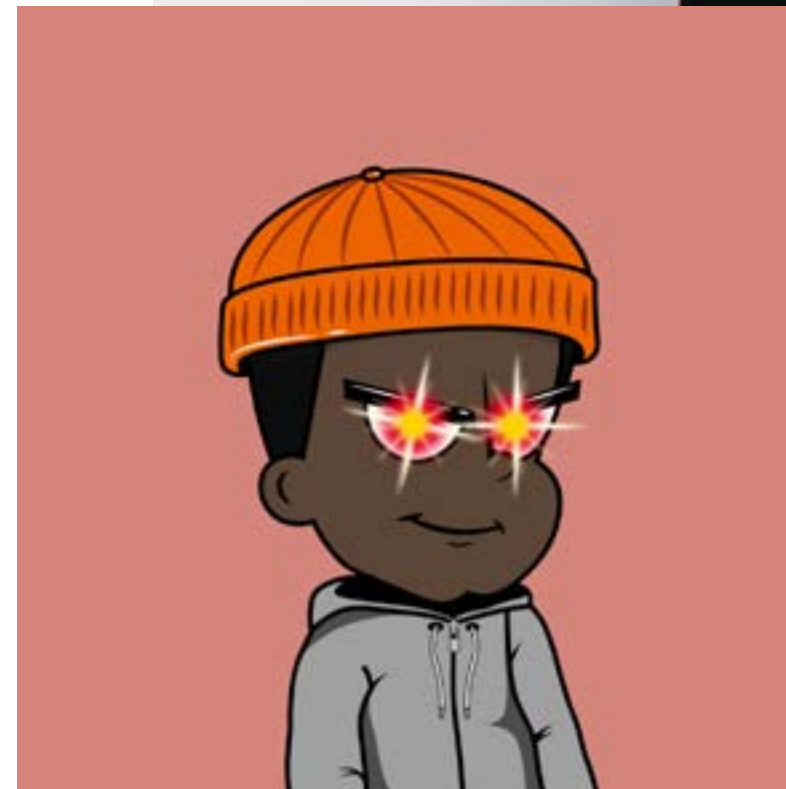
Ein gewachsener Kunstmarkt, neue Akteure und Interessenten: Wenn das nicht

eine großartige Verbesserung für den Kunstmarkt ist!

So weit zum künftigen Markt. Doch wie kann ein Künstler, der bisher ein rein analoges, meist zweidimensionales Werk schuf, dies in den virtuellen Raum verlagern? Damit beschäftigen wir uns bei Vioventi Art.

Junge Künstler, so habe ich erlebt, wissen oft wenig über den Kunstmarkt. Sie haben meist an einer Akademie studiert und konzentrierten sich da auf ihr Werk und das Finden ihres unverwechselbaren künstlerischen Ausdrucks. Der Markt mit den verschiedenen Akteuren, wie Sammler, Galerie, Auktionshaus, Kunstmesse und schlussendlich auch den Museen, war für einen Kunststudenten zu Studienzeiten noch weit weg. Der Kunstmarkt hat eigene Mechanismen, eigene Regeln. Auch die Vermarktung will gut überlegt sein. Ich arbeite mit jedem Künstler sehr individuell. Jeder hat seinen eigenen Zugang zur Kunst und meist eine genaue Vorstellung, wo er oder sie hinstrebt. Dies gilt es von Anfang an klar herauszuarbeiten, sodass man analog einen Fahrplan, einen Karriereplan konzipieren kann. Einen meiner liebsten jungen Künstler fragte ich in unserem ersten Gespräch: „Jakob, wo möchtest du hin? Was sind deine Ziele?“ Die Antwort kam schnell und klar: „Meine Arbeiten sollen irgendwann in den ganz großen Museen wie dem Louvre hängen.“ Was für die meisten normalen Menschen wie eine Luftblase im Traum wirkt, transformieren wir zu einem konkreten Ziel.

Auf dem Weg zu diesem Ziel gilt es auch, manchmal zu Angeboten Nein zu sagen, wenn sie eben nicht zum definierten Ziel führen. Das kann hart sein. Aber ich er-



OBE JULIA FINKEISSEN BEI DER AUSSTELLUNGSERÖFFNUNG JAKOB STEIGER
BEIM WIRTSCHAFTSBEIRAT BAYERN IN MÜNCHEN
OBE „NASTY NERDS NR. 9880“ AUF SOLANA (BLOCKCHAIN)
RECHTS GEMEINSCHAFTSARBEIT JAKOB STEIGER UND INES VALENTINITSCH I

innere an den langfristigen Weg. Wer im Sport zu Olympia will, kann auch nicht dazwischen zurück in den Dorfturnverein wechseln.

In einer Zeit der Digitalisierung liegt es nahe, an digitalen Lösungen zu arbeiten. Auch in der Kunst. Wir konzentrieren uns mit unseren Künstlern darauf, das eigene, meist manuell erschaffene Werk in den virtuellen Raum zu verlagern. Es gibt Hemmschwellen, doch jeder Künstler, den wir dabei begleiten, ist nach kurzer Zeit begeistert von den unendlichen Möglichkeiten, die sich bieten. Die digitale soll die analoge Kunst nicht ersetzen, sondern das jeweilige Werk und die Darstellung ergänzen. Kreative Gemeinschaftswerke mehrerer Künstler zum Beispiel lassen sich so sehr viel einfacher gestalten. In einer digitalen Welt ist der Austausch auch im kreativen Feld sehr viel schneller möglich. Man kann gemeinsam Neues erschaffen durch ein digitales Zusammenfließenlassen der Werke mehrerer Künstler. Und man kann das kreative Schaffen um andere technologische Neuerungen ergänzen. Denn diese durchdringen den Kunstmarkt. Ein Beispiel: 3D-Darstellungen. 3D-Bildschirme erlauben mittlerweile auch ohne 3D-Brillen das Betrachten und somit den Kunstgenuß in einer erweiterten Dimension.

Die Künstler, die an die neue Technologie herangeführt wurden, sind begeistert über die Möglichkeiten der Darstellung, die sich dadurch bieten. Ein junger Künstler, Jakob Steiger, beschreibt es so: „Ich habe in allen meinen Schaffensformen wie Malerei, Fotografie, digitale Bildbearbeitung einen Weg gesucht, den zweidimensionalen Rahmen zu verlassen und neue Ebenen zu schaffen, mit 3D-Screens

ist dies nun möglich. Darüber hinaus kann mein Werk animiert werden und in die Bewegung kommen.“ Wir erweitern unseren Raum, sei es im virtuellen wie dem Metaverse oder in unserer realen Welt durch 3D-Technologie.

Und das ist erst der Anfang. Noch befinden wir uns in den Kinderschuhen all dieser neuen Entwicklungen. Die kommenden Zeiten werden spannender und schneller als alles, was wir bisher erlebt haben. Ein Geschenk, daran teilhaben zu dürfen!



ÜBER JULIA FINKEISSEN

Julia Finkeissen beschäftigt sich beruflich wie privat seit 25 Jahren mit Kunst. Als Kunstliebhaberin, als Sammlerin, Kuratorin, Online-Galeristin und Kunstagentin für junge Künstler. An der Hankou University (CN) lehrt und forscht sie zu neuen digitalen Formen der Kunstdarstellung und deren Vermarktung.



PREMIERE DER ITERATIONEN

„Grand Siècle“, die Prestige-Cuvée aus dem Champagnerhaus Laurent-Perrier, wurde 1959 von Bernard de Nonancourt zum ersten Mal komponiert. Sie ist ein Meisterwerk, der puren und strahlenden Expression einer einzigartigen Landschaft: der Champagne.

Er definierte es so: „Das Beste mit dem Besten vermählen, um das Beste zu erhalten.“ Jede „Itération“ ist Perfektion pur. Die Nummer der Itération am Hals der eleganten Flasche gibt Auskunft über die verwendeten Jahrgänge. Die Selektion der drei Jahrgänge übernimmt jeweils der langjährige Kellermeister Michel Fauconnet, der einen großen Anteil am Erfolg der Traditionsmarke hat. Im Edeltahl ausgebaut, ist die Assemblage von drei verschiedenen Jahrgängen und den besten Grands Crus-Lagen Garant für pure Eleganz und Frische. Die Magnum-„Grand Siècle“ Itération N°23 aus den Jahrgängen 2002, 2004 und 2006 sowie die 0,75-l-Flasche „Grand Siècle“ Itération N°25 aus den Jahrgängen 2006, 2007 und 2008 komponiert, zeigen das Spektrum der besten Jahrgänge der Champagne und sollten auf keiner engagierten Weinkarte fehlen.

Mit Lucie Pereyre de Nonancourt ist die vierte Generation bei Laurent-Perrier weltweit für die Prestige-Cuvée „Grand Siècle“ verantwortlich. Sie engagiert sich mit Herz und Seele im Dienste des finesse-reichen Geschmacks.

„Le Champagne du cœur“. Für Lucie Pereyre de Nonancourt ist der „Grand Siècle“ eine Herzensangelegenheit. „Mein Großvater hat ihn kreiert, um Laurent-Perrier in die oberste Liga zu führen. Bei jedem Glas, das ich trinke, denke ich an ihn. Ich fühle mich mit ihm sehr verbunden.“ Familiensache. Frauensache. Laurent-Perrier ist ein Familienunternehmen und Frauensache: Die beiden Schwestern Alexandra Pereyre de Nonancourt und Stéphanie Meneux de Nonancourt führen das 1812 gegründete, unabhängige Traditionshaus. Seit einigen Monaten gibt es mit Alexandras Tochter Lucie Pereyre de Nonancourt Verstärkung im Unternehmen.

Psychologie, Marketing, Champagner. Lucie lebte in Lausanne und Genf. Bei der Berufswahl hatte sie alle Freiheiten: Bachelor in Psychologie und Master in Marketing in Paris. Aber mit den Jahren stieg ihr Interesse an den Themen Wein und Champagner. Aufgaben auf Weingütern in den USA und im Rioja und das WSET Diploma machten sie für Ihren Traumjob bereit: weltweite Repräsentantin für „Grand Siècle“.

BESTE SOMMELIÈRE ITALIENS SONYA EGGER



UNTERGUTEMSTERN

Sie ist die beste Sommelière Italiens: Sonya Egger. Die Südtirolerin führt mit ihrer Familie das Restaurant Kuppelrain in Kastelbell im Vinschgau. Der Gourmet-Führer „Michelin“ hat sie zur Sommelière Italiens für 2022 gekürt.

Sonya ist die Lady der Weine. Und das kommt nicht von ungefähr. Sonya lebt schon lange für und mit dem Wein. Guter Wein ist Teil der Lebensart, mit der sie und ihre Familie im Sternerestaurant Kuppelrain dafür sorgen, dass nur das Beste auf den Tisch kommt.

Ihren Weinkeller kenne ich nun seit gut zwanzig Jahren. Hier haben wir gemeinsam schon auf viele Erfolge und Auszeichnungen angestoßen. Zum Beispiel, als Jörg Trafoier, ihr Mann, wieder einmal seinen Michelin-Stern verteidigt hat, was ihm immerhin seit 2001 gelingt. Natürlich auch, als Sonya das „Patente Assaggiatore del Grappa“ verliehen wurde, was bisher nur sehr wenigen Frauen gelungen ist. Ebenso, als Sohn Kevin ins Familienunternehmen einstieg, um gemeinsam mit dem Vater seinen Platz in der illustren Welt der Sterneköche zu verteidigen

und als Tochter Nathalie Südtirolerin des Jahres und beste Pâtissière wurde. Oder als Sonya ihren eigenen Wein kreierte. Auf dem Etikett des Weißweins, den sie aus Trauben von Vinschger Terroir kelterte, stand bezeichnenderweise „NaaMama“, wohl Sonyas meistgehörter Spruch von ihren Kindern. Die jüngste Tochter Giulya geht noch zur Schule. Aber wenn sie im Service mithilft, spürt man auch bei ihr bereits die Perfektion, mit der im Familienunternehmen gearbeitet wird. In ihrem Lächeln vereint sich die Herzlichkeit, die die Familie auch miteinander pflegt. Wenn man ihr dankt, fürs Glas oder die Serviette die sie hinlegt, kommt ein „So gern!“ zurück. Darin schwingt mit, dass man von Herzen gern bedient und die Gäste glücklich machen will, es ist nicht nur eine Höflichkeitsfloskel.

Sonyas Freude neben dem Wein sind ihre Tiere. Sie pflegt einen großen Hühnergarten. Er ist mehr als ein nettes Hobby der Familie. Die Hühner sind wichtige Lieferanten für die frischen Bio-Eier, die Nathalie für ihre Süßspeisen- und Dessert-Kreationen braucht und die in der Küche von Jörg und Kevin verarbeitet werden. Auch bewirtschaften Jörg und Sonya in Goldrain, einem der Nachbardörfer von Kastelbell, einen wunderbaren Bauerngarten, aus dem sie ihr Gemüse, das Obst und die frischen Kräuter beziehen. Schon seit langem ist Jörg dafür berühmt, dass er den ersten regionalen Spargel des Jahres anbietet. Und das bereits zu einer Zeit, als sich die Köche noch selten die Mühe machten, ihre Waren regional einzukaufen. Auch Fleisch und Wild kommen im Restaurant Kuppelrain von lokalen Produzenten und Jägern, die man kennt und von denen man weiß, wie das Tier lebte. Denn das, was heute in den Medien als Tierwohl-Label gefordert wird, praktizieren Sonya und Jörg schon lange aus Überzeugung. Es wohnen im Hühnergarten alte und junge Hühner, ein alter Hahn, zwei jüngere Hähne, aber auch Wachteln und Hasen, die ihren Lebensabend hier verbringen dürfen. Außerdem kümmert

sich Sonya liebevoll um acht heimatlose Katzen und vier Hunde.

Natürlich klingen im Weinkeller auch diesmal die Gläser, und zwar mit einem sanft-perligen Frizzante aus der Region. In Südtirol gibt es einige ganz ausgezeichnete Sektproduzenten und Sonya arbeitet mit einem von ihnen zusammen. Genauer wird hier noch nicht verraten, denn wir müssen ja wieder einmal auf etwas anstoßen.



SÜDTIROL ALTO ADIGE UND SONYAS WEINKELLER IN KASTELBELL





EINE ITALIENISCHE FAMILIE DES GENUSSSES – SOMMELIÈRE SONYA MIT IHREM MANN UND STERNEKOCHE JÖRG, SOHN UND KOCHE KEVIN SOWIE DEN TÖCHTERN GIULYA UND NATHALIE, PATISSIÈRE

OTB: HAST DU WORTE FÜR DIESE AUSZEICHNUNG?

Sonya Egger: Der „Michelin Sommelier Award Italy“ ist für Berufssommeliers ein Ritterschlag und die höchste Auszeichnung, die man erreichen kann. Zugleich ist es die größte Ehrung, die in Italien und in der von Männern dominierten Weinwelt je an eine Frau verliehen wurde. Es ist ein tolles Gefühl und eine große Bestätigung.

WIE FUNKTIONIERT ES EIGENTLICH: BEWIRBT MAN SICH UM DIESEN PREIS ODER WIRD MAN HEIMLICH AUSGEWÄHLT?

Sonya Egger: Um diese Auszeichnung kann man sich nicht bewerben. Wie bei der Verleihung der Michelin-Sterne wird man über Jahre beobachtet. Es kommen anonyme Tester, immer andere, und diese bewerten dann verschiedene Aspekte, wie die Präsentation der Weinkarte, die Beratung, die Freundlichkeit, die Qualität des Weins, ob dieser zum Essen passt und vieles mehr.

DU HAST MEHR ALS DREISSIG JAHRE ERFAHRUNG, HILFT DAS ZUR BESTEN DER BESTEN ZU WERDEN?

Sonya Egger: Man braucht als Berufssommelière ein Elefanten-Gedächtnis. So kann man die Reifung eines Weines geschmacklich mitverfolgen. Ich verkoste ja viele junge und ungereifte Weine. Wenn man ihnen Zeit lässt, erlebt man meist ganz tolle Überraschungen. Qualitätsweine werden mit der Zeit besser, bei den anderen gibt es weniger Entwicklungspotenzial. Die sollte man dann lieber gleich trinken.

DAS HALTE ICH FÜR EINE HERAUSFORDERUNG. DA KANN MAN SCHNELL ZU VIEL ALKOHOL TRINKEN, ODER?

Sonya Egger: Der Sucht-Aspekt ist natürlich immer eine Gefahr. Aber ich verkoste, ich trinke nicht. Ich muss meine Geschmacksnerven sehr gut trainieren. Das macht man beispielsweise, wenn man sehr viel an allem Möglichen riecht.

Aber ein Sommelier sollte zum Beispiel niemals ein Parfüm benutzen. Das überlagert den Weingeschmack.

NA, DAS KÖNNTE ICH NICHT MERKEN. ICH FOLGE ALSO LIEBER MAL WIEDER DEINER EMPFEHLUNG. UND WELCHE IST DAS HEUTE?

Sonya Egger: Du weißt, ich habe immer sehr große Freude daran, meinen Gästen gute lokale Tropfen zu kredenzen. Das hier im Glas ist ein Lagrein Riserva aus der Bozner Gegend, ein kräftiger Rotwein im kleinen Eichenholzfass ausgebaut. Schau mal, welche intensive dunkelrote Farbe er hat. Schmeckst du Waldbeere? Oder die leicht schokoladige Note?

ERINNERT AN EIN PRALINÉ VON NATHALIE ...

Ai, gut! Er ist im Abgang samtig und anhaltend, ein Wein, den man gerne trinkt. Ein Wein mit Charakter.

WIR SIND IHRE RETTUNG AUS DER SEHNOT



★ ★ ★ ★ ★
FÜNF HÖFE
OPTIK

STORE PERUSAHOF
089 24243838

STORE MAFFEIHOF
089 26949667

5HÖFE-OPTIK.COM

WEINDURCHBLICK

„Wein wird im Alter besser ...“ – Wein-Stammtisch-Parolen für jedermann

Wer hat es nicht schon in seinem eigenen Umfeld oder Bekanntenkreis erlebt. Ein Alphonse positioniert sich am äußersten Rand der Küche oder am Rand einer Terrasse und startet ein Loblied auf diesen unglaublichen Jahrgang, welchen wir gerade im Glas haben. Der Wein selber stammt gar nicht von dieser Person, sondern wurde vorher klammheimlich aus dem Weinkeller des Gastgebers entnommen.

Heutzutage führt doch ein jeder, einigermaßen kultivierter Haushalt einen mittleren bis großen Weinkeller mit mindestens 120 Positionen, zumeist bestehend aus selbst erworbenen Lieblingsprodukten der letzten Urlaubsreisen. Dieser kann sich klassisch im Kellerbereich befinden oder auch in den berühmten, perfekt klimatisierten Wein-Klimaschränken eines namhaften Küchenausstatters aus München. Im Idealfall sind diese Kühleinrichtungen fast immer in der Nähe von Kochfeldern zu finden – gefühlte Umgebungstemperatur von 31° Celsius. Aber man spricht ja auch immer von der Zimmertemperatur, welche perfekt für

den Rotweingenuss ist. Was bedeutet indes eigentlich Zimmertemperatur? In Asien werden aufgrund von Platzproblemen Weine sogar in Tiefkühlbereichen gelagert ... Ist das ideal? Meine Frau empfindet an ganz „bestimmten“ Tagen Temperaturen, die es sonst nur in der Wüste Gobi in ähnlicher Weise gibt, als angenehm ... ist das ideal für den Wein? Kommen wir zurück zum Party-Alphonse – meistens männlich, leicht fortgeschrittenen Alters (wobei dieses Phänomen bei einigen Hipstern auch schon zu erkennen ist) und der zumeist von allen Partygästen akzeptierte Wein-Sommelier des Abends. Begründet in den meisten Fällen, weil schon mehrfach in der Toskana gewesen und zahlreiche Weingüter besucht ... Bis heute geht allerdings noch kein italienischer Fachbegriff über seine Lippen, sei's drum, er kennt sich aus.

Und dann kommt die Aussage der Aussagen, der Wein habe jetzt die perfekte Trinkreife! Ein perfekter Jahrgang! Ja was heißt das denn? War dieser Wein in diesem Jahrgang besonders günstig zu erwerben, da der Winzer mal lieber a bis-

serl mehr Masse anstatt Klasse aus dem Weinberg geholt hat? Die letzten beiden Corona-Jahrgänge waren kein Zuckerschlecken, wer mag es da einem kaufmännisch orientierten Winzer verübeln? Oder gab es in diesem Jahr sogar zu wenig Traubenmaterial, sodass eine jede Flasche dieses Weingutes schon einer Rarität ähnelt, welche eigentlich gleich am besten in das nächstgelegene Weinmuseum gebracht werden müsste? Bin ich überhaupt in der Lage, diesen tollen Jahrgang zu erkennen bzw. wieso weiß das Alphonse mehr als ich über diesen Wein, über welchen dieser nun schon seit mehr als zehn Minuten, langsam nervend, berichtet?

Im Jahr 2020 wurden durch Rekordernten in einigen Ländern der Welt insgesamt 39 Milliarden Flaschen Wein produziert. Diese nicht unerhebliche Menge an Alkohol wurde auch rege in den letzten beiden Corona-Jahren vernichtet – in den Haushalten hinter verschlossener Tür.

Aber nur ein Prozent dieser weltweiten Produktionsmenge erfüllt überhaupt die notwendigen Bedingungen für eine

optimale Flaschenreife mit den Jahren. Weine werden heute stets jung und frisch genossen oder haben Sie schon einmal einen gereiften Lugana in einem italienischen Restaurant bestellt? Miraval Rosé ist nicht für seine gereifte Aromastuktur weltberühmt, oder? Nein, dieser Anspruch an eine Flaschenreife wird nur von einer ganz kleinen Minderheit an Weinliebhabern geschätzt. Hierzu müssen Sie aber auch das nötige Rüstzeug mitbringen.

Sie beginnen doch Ihre guten Vorsätze für das neue Jahr auch nicht gleich mit einem Marathon durch New York, oder? Ein behutsames Aufwärmen vor dem Lauftraining ist von erheblicher Bedeutung. Auch der Verzicht von unnötigen Sättigungsbeilagen vor den Anstrengungen sollte vermieden werden. Alkoholische Produkte sollten gar nicht davor getrunken werden. Ist das nicht fast schon ein Widerspruch? Und dieser ganze Verzicht, nur damit ich fit werde?

So geht es auch den Jahrgangs-Liebhabern. Aromen, die durch eine Flaschenreife oder im Fass entstehen, können

Sie nur dann richtig interpretieren, wenn Sie Ihren Gaumen zuvor entsprechend trainiert haben. Zugegeben, es gibt Schlimmeres, als sich auf diesen Moment vorzubereiten. Aber in den meisten Fällen verstehen die Alltagskunden überhaupt nicht diese Aromenstruktur und lehnen diese Weine eher ab. Nur gibt man es im Kreise seiner Bekannten meistens nicht offen zu.

Daher bitte mein Appell an alle Weinfreunde – nur Sie bestimmen, wie Sie Ihre schönsten Weinmomente erleben. Hierzu ist noch nicht einmal ein Weinkeller zwingend nötig – hier reichen stets drei bis vier Flaschen vernünftiger Qualität (Preisbereich zwischen 9,50 Euro und 19,50 Euro) an Weinen im Kühlschrank.

Übrigens ist mein Jahrgang 1973 im Bordeaux vor allem bei Château Mouton Rothschild ein ganz besonderer, außergewöhnlicher Jahrgang geworden ... na dann Prost!



ÜBER UWE HOMANN

Ins Berufsleben gestartet als Hotelfachmann im Münchener Marriott Hotel. Ein Jahrzehnt in großen Münchner Hotels im Hoteleinkauf tätig, dann Wechsel in die Systemgastronomie als Leiter Zentraleinkauf, nebenbei berufsbegleitendes Studium zum Betriebswirt. Danach Leiter der Gourmetabteilung eines namhaften Kaufhauses. Nach einer Auszeit Aufnahme des Studiums der Önologie mit Abschluss Weinakademiker Diploma an der Hochschule Geisenheim. Danach Einstieg bei Feinkost Käfer GmbH im Weinkeller, Stubenleiter im Restaurant, Verkaufsleiter und rechte Hand der Geschäftsführung. Seit November neuer Marktleiter des Delikatessenmarktes in der Auenstrasse 2 in den Isarauen.

Glücklich verheiratet lebt er mit Frau und Tochter in Nymphenburg.

NICHT NUR SCHUH-FASHION „MADE IN ITALY“ AUS FEINSTEN LEDERN, SONDERN AUCH DAMEN- UND HERREN-JACKEN IN BESTER QUALITÄT. WWW.CHRISCOO.EU



BESTOFDESIGN

MIT HANDBEMALTEN SCHMETTERLINGEN IST DIE BRILLE EIN HANDWERKLICHES MEISTERWERK – VON BUTTERFLEYE OPTIC MUNICH. KOMPLETT VON HAND GEFERTIGT UND EXKLUSIV BEI FÜNF HÖFE OPTIK ERHÄLTICH. WAHRlich EIN KUNSTWERK FÜR'S GESICHT. 1.450,- € WWW.BUTTERFLEYE.DE



TEPPICH AUS DER „UNKNOWN ARTISTS“ KOLLEKTION VON JAN KATH, IN DER ER ENTWÜRFE UNBEKANNTER SPRAYER AUS NEW YORK CITY, L. A. UND ANDEREN METROPOLEN AUF DEN TEPPICH ÜBERTRÄGT UND DAMIT DER STREET-ART EINE NEUE BÜHNE GIBT. WWW.JAN-KATH.COM



RAYMOND SESSEL IN STOFF ODER LEDER, AUCH MIT DREHTELLER UND RÜCKHOLFEDER, AB 1.191 € WWW.CHRISTINEKROENCKE.NET



ANTI- UND REVERSE AGING VOM TEGERNSEE – ULRIKE STICH (STUDIO BACHMAIR GARDENS) LÄSST NUR IN DEUTSCHLAND HERSTELLEN. WIE DAS ULTIMATE HYALURON LIQUID (30 ML/149,00 €) FÜR GANZ VIEL FEUCHTIGKEIT UND DIE ULTIMATE DNA INTENSE CREAM (50 ML/179,00 €) MIT GEBALLTER LADUNG AN ANTI- UND REVERSE AGING-WIRKSTOFFEN. WWW.ULRIKE-STICH-SCHOENHEITSPFLEGE.DE



PASSSEND ZUM BEVORSTEHENDEN FRÜHLING – SESSEL DELFINO VON ARFLEX MIT ETRO-STOFF BEZOGEN, EDITION PB, 3145,- € WWW.RKPB.DE

LINKSHORTLIST

www.hvj.de
www.laurent-perrier.com
www.freihaus-brenner.de
www.elbphilharmonie.de
www.gasteig.de
www.rive.de
www.nymphenburg.com
www.hamburger-kunsthalle.de
www.westerhofcafe-im-stielerhaus.de
www.lanserhof.com
www.sushibar-muc.de
www.rotary.de
www.naturejournalism.com

www.christinekroencke.net
www.teufel.de
www.hausderkunst.de
www.vioventi.art
www.kuppelrain.com
www.5hoefe-optik.com
www.chriscoo.eu
www.butterfleye.de
www.jan-kath.com
www.ulrike-stich-schoenheitspflege.de
www.rkpb.de
www.geers.de
www.nberg.de

Only the Best

BRAND SPACES

Folgen Sie uns auch auf Instagram @onlythebestbrandspaces oder schreiben Sie direkt an hello@onlythebest.de.

IMPRESSUM

GRÜNDER
Julia und Sven Holsten
www.onlythebest.de

CHEFREDAKTION
Sonja Still
www.sonja-still.de

Only the Best Brand Spaces GmbH, Prinzregentenstr. 85, 81675 München, Tel. 0172 28 10 108, info@onlythebest.de

AUTOREN DIESER AUSGABE Prof. Dr. Justus Haucap, Uwe Homann, Sonja Still, Kerstin Viering

TITELFOTO Christian Schoppe

GESTALTUNG Julia Holsten, jh@onlythebest.de

ANZEIGEN/KOOPERATIONEN Sven Holsten, sh@onlythebest.de

SCHLUSSREDAKTION Richtig so! Agentur für smarte Textkorrektur, André Zentzis · DRUCK Gebr. Geiselberger, Altötting

© Only the Best Brand Spaces GmbH, soweit nicht anders angegeben. Alle Rechte vorbehalten. Die Zeitschrift und alle darin enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Herausgebers strafbar. Für unverlangt eingesandtes Text- und Bildmaterial wird keine Haftung übernommen.

Die nächste Ausgabe erscheint im Frühsommer 2022

ONLY THE BEST – WEIL DAS LEBEN RUFT.

ENTDECKEN SIE DAS PHONAK VIRTO TITANIUM.

Maßgefertigt für perfekten
Sitz im Gehörgang

Unsichtbar
& klein

Phonak Virto
Titanium

Aus **unzerbrechlichem**
Titanium

Jetzt
gratis
testen

Deutschlands Nr. 1 ist mit über
740 Fachgeschäften für Sie da!
Jetzt entdecken auf geers.de

GEERS
GUTES HÖREN.



IHR GUTSCHEIN ZUM
GRATIS TESTEN

Einfach diesen Gutschein ins
GEERS-Fachgeschäft mitnehmen
und das Hörgerät gratis und
unverbindlich Probe tragen.



WORK & TRAVEL
IN STYLE



MADE IN GERMANY

NBERG.DE

