



Relax &amp; Discover

NR. 021 SOMMER 2011 EUR 4,80



## HAUPTSTADT

SUMMER IN THE CITY: OB SCHLOSS BABELSBERG  
AM HAVEL-UFER, HOTEL ADLON IN MITTE ODER CLUB  
DER VISIONÄRE IN TREPTOW – EIN FEST FÜR ALLE.



## BERLIN

SOLO FÜR WOWI: KLAUS WOWEREIT WILL  
WIEDER GEWÄHLT WERDEN UND LÄSST SICH  
VOM MINI COUNTRYMAN VERFÜHREN.



## MITTELMEER

KÖNIGS-CRUISE: BARCELONA, NIZZA, ROM,  
CAPRI – DIE LIBERTY OF THE SEAS  
BIETET KREUZFAHRT-KINO UND CITY-KULT.





TISSOT, SEIT 1999 FUEHREND IN DER TAKTILEN UHREN-TECHNOLOGIE



**T TOUCH EXPERT™**

**TACTILE TECHNOLOGY**

Berühren Sie das Glas für das ultimative Sportuhren-Erlebnis mit **15 Funktionen** inklusive **Barometer**, **Höhendifferenzmesser** und **Kompass**.

**IN TOUCH WITH YOUR TIME**



Barometer



Höhendifferenz-  
messer



Kompass

**T+ TISSOT**

SWISS WATCHES SINCE 1853

INNOVATORS BY TRADITION

Experience more at [www.t-touch.com](http://www.t-touch.com)

WELCOME

## Liebe Freunde der Sixt-Family,

„Voilà une Capitale!“, begeisterte sich Charles de Gaulle, als er nach München kam. Jetzt haben wir endlich wieder eine gemeinsame Hauptstadt, wenn auch noch für viele München die „heimliche“ bleibt – und für den amerikanischen Bestseller-Autor Thomas Wolfe „die Stadt, in der alle Deutschen leben wollen“.

Berlin ist duftig, Berlin ist in. Berlin ist authentischer, lebendiger, sogar provokanter als alle anderen Städte im Land. Berlin ist kreativer, aufregender, beeindruckender. Noch ein paar Jahre, und Berlin ist wieder eine der Handvoll Welt-Metropolen, – im Quartett mit Paris, London und New York – wo alles passiert und alle hin wollen (außer denen ... siehe oben). Die Berliner sind so offener, dass sich viele Gäste und Touristen das berühmte Wort Kennedys zu eigen machen: „Ich bin ein Berliner.“

## Regine Sixt Berlin ist duftig und authentischer als alle anderen Städte!



Und trotzdem ist die Balance gewahrt. Berlin hat mehr Parks als alle anderen Städte der Welt, mehr Brücken als Venedig, mehr Kirchen als Rom. Inzwischen ist Berlin wieder Bau- und Schauplatz der modernen Architektur: Sir Norman Foster, Helmut Jahn, Renzo Piano, Hans Kollhoff, Arata Isozaki und viele mehr haben das Stadtbild beeinflusst. Die moderne Kunst hat hier ihre beste Arena und das deutschsprachige Theater seine prominentesten Bühnen gefunden: Claus Peymann, Frank Castorf und andere folgen mit ihren revolutionären Inszenierungen den Traditionen von Bertolt Brecht und Max Reinhardt. Die europäische Filmindustrie hat in Berlin Fuß gefasst, und die Berlinale gilt heute – nach Cannes, aber vor Venedig – als absolute Weltspitze. Tom Cruise und Brad Pitt würden hier am liebsten ein „Pied à Terre“ errichten.

Alle Welt-Konzerne der Luxushotellerie haben in der Stadt eine Dependence, und das Hotel Adlon erstrahlt in alter-neuer Pracht als Residenz der Staatsgäste, Stars und VIPs. Seit der Gründung vor 100 Jahren besteht auch die Partnerschaft mit Sixt – hier finden Sie ein eigenes Büro, wo Sie vom Smart bis zur chauffierten Limousine Ihr Lieblingsauto vorfahren lassen können. Und im Restaurant „Lorenz Adlon“ kann man Haute Cuisine genießen, im elitären (und privaten) „China Club Berlin“ einen Gourmet-Höhepunkt Dîner à la Chinoise und bald auch die Erlebnis-Gastronomie von Enten-Dompteur Hans-Peter Wodarz im neuen „Berlin Moskau“ Unter den Linden. Sogar die Suppe bei Aschinger und die Curry-Wurst am Kiosk gehören zu den kulinarischen Freuden der Stadt. Die Modetage, vor allem Bread&Butter, machen Berlin zur Hauptstadt der Avantgarde, während die Berliner Philharmoniker unter Sir Simon Rattle ihren Rang als bestes Orchester der Welt nun schon seit den Zeiten von Herbert von Karajan verteidigen.

Nach zwanzig Jahren Wiedervereinigung sind Straßennetz und Autobahnverbindungen für ungehinderte Mobilität in alle Richtungen vorbe-

reitet, und im Cabrio durch die Stadt zu fahren, ist eine wahre Entdeckungsreise. Ab September/Oktobre können Sie sich mit DriveNow (das Car Sharing von BMWi und Sixt) überall in Berlin von S-Bahn, Taxi oder schlechtem Wetter unabhängig machen – ein einmaliges Joint Venture von BMW und Sixt. Bald sind Parlamentswahlen in der Hauptstadt. Möge der nicht ohne Grund so beliebte Regierende Bürgermeister Klaus Wowereit – „Berlin ist arm, aber sexy“ – seinen Stuhl gegen diejenigen verteidigen, die verbissen daran sägen. Und das wäre gut so. „I go for Wowi!“

Ich wünsche Ihnen einen sonnigen, spannenden und dennoch erholsamen Sommer!

Ihre Regine Sixt



„I go for Wowi“: Regine Sixt und Klaus Wowereit auf der ITB 2011.

„Eigentlich bin ick uff schwarz bei Autos, aber det blau hier finde ick jut. Mir jefällt, dat det keen falsches Statussymbol is, sondern ne wunderbare Designerleistung“: Klaus Wowereit, Regierender Bürgermeister von Berlin, der sich beim Berlinern entspannt, über den Mini One D Countryman.



HERAUSGEBERIN  
Regine Sixt, Sixt Marketing, Zugspitzstr. 1, 82049 Pullach  
Telefon: +49 (0)89 744 44-4247 · Telefax: +49 (0)89 744 44-843 55 · [www.sixt.de](http://www.sixt.de)

VERLAG  
Büro Freihafen Verlagsgesellschaft mbH, Zippelhaus 3, 20457 Hamburg  
Telefon: +49 (0)40 767-556 76 · Mail: [timpe@gosixt.de](mailto:timpe@gosixt.de) · [www.gosixt.de](http://www.gosixt.de)

CHEFREDAKTEUR Wolfgang Timpe · ART DIRECTOR Sophia Talina Wenzel

MITARBEITER DIESER AUSGABE:  
Carsten Anhalt, Martha Bitter (Schlussred.), Gerda Harda Brandt, Stephan Bredenkamp,  
Matthias Ehegartner, Dr. Martin Marianowicz, Angela Oelckers, Nahid Shahalimi, Regine Sixt,  
Udo Walz, Angelika Zanggl

FOTOGRAFEN:  
Markus Esser, Berlin ([www.markusesser.com](http://www.markusesser.com)); Erol Gurian, München ([www.gurian.de](http://www.gurian.de)); Christina Körte,  
Hamburg ([www.christinakorte.de](http://www.christinakorte.de)); Wolfgang Timpe, Hamburg ([www.wolfgangtimpe.com](http://www.wolfgangtimpe.com)); Sebastian  
Widmann, München ([www.sebastianwidmann.de](http://www.sebastianwidmann.de))

ANZEIGEN: Soundbay Communications Ltd. · Wittenbergerstr. 17, 04129 Leipzig  
Telefon: +49 (0)341 33 77-600 · Telefax: +49 (0)341 33 77-112 · [www.soundbay.co.uk](http://www.soundbay.co.uk)

DRUCK + VERSAND: Mohn media Mohndruck GmbH · Carl-Bertelsmann-Straße 161M, 33311 Gütersloh

REPRO: Appel Grafik Hamburg GmbH & Co. KG · Alter Wall 55 · 20457 Hamburg  
Telefon: +49 (0) 65 68 55-0 · [www.appel-grafik.de](http://www.appel-grafik.de)

© GoSixt erscheint in der Büro Freihafen Verlagsgesellschaft mbH. Verleger & Geschäftsführer: Wolfgang Timpe  
Zippelhaus 3, 20457 Hamburg. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des  
Verlags. Alle im Magazin enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind rechtlich geschützt. Eine Verbreitung oder Verwertung ohne  
Einwilligung des Verlags ist nicht zulässig. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und/oder Bilder wird nicht gehaftet.  
Titelfotos: Christina Körte, Christina Körte, Wolfgang Timpe



FOTOS: CHRISTINA KÖRTE, EROL GURIAN

## IN DIESEM HEFT

- 03** WELCOME Herausgeberin Regine Sixt über ihre Metropole Berlin, „Wowi“ Klaus Wowereit und das Architektur- und Kultur-Mekka.
- 08** LOUNGE Alexander Sixt über das Carsharingprojekt DriveNow; Denkmal-Initiative „60 x 6.000“; Sixt-Flottenübergabe Panama; Valet Parking Holiday-Extra.
- 16** CITY I Sommer-Oase Berlin: Die Hauptstadt glüht – ob im Szene-Treff „Club der Visionäre“ in Treptow, im Edelhôtel Adlon in Mitte oder im Skulpturen-Garten der Villa Schöningen an der Havel.
- 26** MY WAY I Solo für Berlin: Der Regierende Bürgermeister Klaus Wowereit über Geld, Kunst und Selbstbewusstsein – und seine Mini-Countryman-Verzauberung.
- 36** CITY II Tausendsassa der Kultur und des VIP-Networking: Berlins BMW-Chef Hans-Reiner Schröder.
- 40** CITY III Promifrisör Udo Walz über Berlin und Sommersprossen. Eine Liebeserklärung.
- 42** STYLE Flower-Power-Sommer: bunter Blumendruck und Retro-Chic; maritimer Look in blau-weiß und True-Blue-Träume in Denim.
- 50** TRAVEL Die „Liberty of the Seas“ tourt von Barcelona über Nizza, Florenz, Rom, Neapel, Capri und zurück. Ein schwimmendes Top-Kultur-Cityhopping.
- 66** MY WAY II 64. IAA: GoSixt-Herausgeberin Regine Sixt im Gespräch mit VDA-Präsident Matthias Wissmann über Mobilität von morgen.
- 70** HI END Tops: Berlin-Gadgets von Hermès bis zur Stil-Herberge NH.
- 74** FITNESS Dr. Martin Marianowicz über kluge Sportlust im Urlaub.

- 76** ART Star-Galerist Thaddaeus Ropac über Kunst und Emotionen; Salzburger Festspiel-Präsidentin Helga Rabl-Stadler im Interview; Plus: Nahid Shahalimi.
- 90** CULTURE Doris-Day-Album, Newton-Polaroids, Shakira-Hots.



Klaus Wowereit: „Regine Sixt ist ein faszinierendes Energiebündel und eine ewig sprudelnde Quelle von Ideen, die alle immer schon gestern umgesetzt sein müssen. Sie begeistert mit ihrer einnehmend gewinnenden Art und kennt als Unternehmerin für das Gute und Bessere nur ein Jetzt.“

LUXHAUS.



**DriveNow-Manager****Alexander Sixt:**

„Wir wollen mit unserem Premium-Produkt das Carsharing substantiell neu erfinden und rein ins richtige Geschäft.“

**Alexander Sixt**

ist seit Juni 2009 Leiter der Konzernentwicklung bei der Sixt AG. In dieser Rolle ist er für sämtliche Firmenstrategie- und M&A-Projekte sowie die Programme zur Steigerung der Unternehmens-effizienz zuständig. Zudem beaufsichtigt Alexander Sixt, 31, die Abteilung Workflow- und Prozessmanagement und den zentralen Einkauf der Sixt AG. Ehe er seinen Posten bei der SIXT AG antrat, war er als Berater im Kompetenzzentrum „Restructuring“ bei Roland Berger und als Mitglied der M&A-Abteilung der Deutschen Bank in London tätig. Alexander Sixt erhielt einen Master-Abschluss (M.Sc. Hons.) im Studienfach Corporate Finance von der City University London sowie einen Abschluss als Diplom-Kaufmann und ein Diplom der Grande École von der ESCP.

# »IMMER EINE NASE LANG VORAUS«

Idee schafft Wachstum. Alexander Sixt, Leiter Konzernentwicklung der Sixt AG, über das innovative Carsharing DriveNow, moderne Mobilität und mutige Investitionen.

**M**it unserem Carsharing-Produkt DriveNow erschließen wir uns ein erhebliches Neukundengeschäft. Das ist eine entscheidende Investition in die Zukunft, in das Wachstum der Sixt AG.“ Zurückhaltung kennt der Mann sonst nur für sich persönlich. Im Business bevorzugt der 31-Jährige den klaren Unternehmerblick nach vorne – auf neue Marktanteile und neue Zielgruppen. „Viele Menschen suchen heute ein Produkt, das ihrem persönlichen Mobilitätsempfinden entspricht. Sie legen weniger Wert auf das Statussymbol Auto, sondern auf zielgerichtete und flexible Mobilität. Sie nutzen, wenn man sie braucht. Genau das bietet ihnen DriveNow.“ Sagt Alexander Sixt, Bereichsleiter Konzernentwicklung der Sixt AG und unter anderem verantwortlich für das jüngste innovative Mietbaby von Sixt: dem Carsharing-Premiumprodukt DriveNow. Das Fifty-Fifty-Joint-Venture mit der BMW Group ist im Juni gestartet. Die Ausgestaltung der Gründung wie auch die Implementierung laufen dank der Partnerschaft mit BMW hervorragend. DriveNow kann schon jetzt erstaunliche Zahlen vorzeigen: Knapp 5 000 Mitglieder haben sich registriert, über 8 000 Mal ist die DriveNow-Applikation auf iPhone oder Android heruntergeladen worden und über 3 000 Facebook-Fans sind angemeldet. Moderne Mobilität hört auf einen neuen dynamischen Klang: DriveNow.

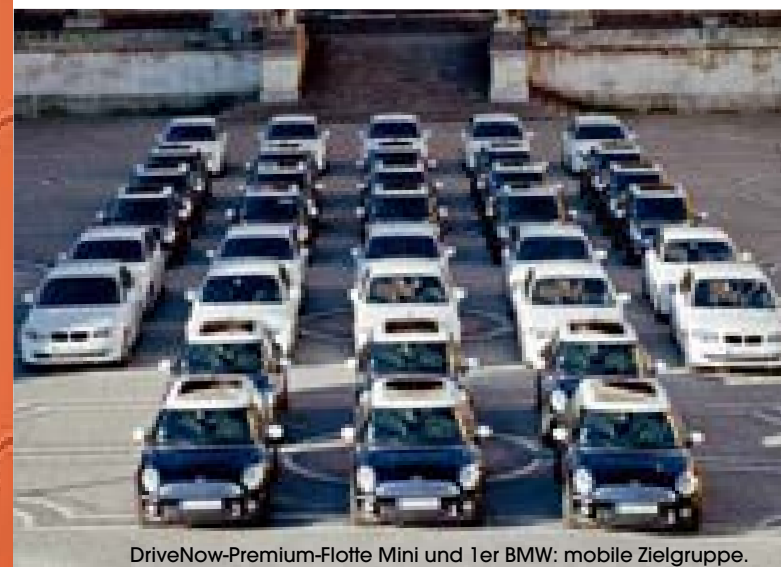
Alexander Sixt versucht auch gar nicht, seine Freude über den erfolgreichen DriveNow-Start in München (ab September/Oktober auch in Berlin) zu tarnen. Der in Paris und London studierte Master of Science (M.Sc. Hons.) mit Kärnerjahren im

Bereich Merger & Acquisitions (M&A) bei der Deutschen Bank und bei Roland Berger, führt seit 2009 ein Team von 25 Mitarbeitern, das sich in der Sixt AG eben um jene M&As, Kostenmanagement, den Sixt-Einkauf außer Autos und Projektarbeit kümmert. Geld und Zukunft sind sein Geschäft. Muss man ihn sich im Alltag im BWL-Berateranzug vorstellen? Weit gefehlt. Neben der Lust, auf das liebe Geld zu schauen („Gewinn und Innovation gehen Hand in Hand“), liebt der zupackende Manager neue Themen und deren Umsetzungen wie DriveNow. Der Erfolg macht ihn auch ein wenig stolz im Unternehmenssinne, denn „wie immer ist Sixt mit einer innovativen Idee den Wettbewerbern im Markt eine Nase lang voraus“. Und was un-

## »Der Spaß am Leben beginnt erst mit Arbeiten.«

terscheidet DriveNow von anderen Carsharing-Modellen? „Dass wir mit Mini und 1er BMW Premiumfahrzeuge mit guter Ausstattung und einfachen Miet-Service bieten. Wir wollen mit unserem Premium-Produkt das Carsharing substantiell neu erfinden und rein ins richtige Geschäft.“ Klare Ansage. Alexander Sixt, ein Projektler und Finanzler schafft kreatives Wachstum im knallharten Wettbewerb.

Und der Stress? „Ach, der Spaß am Leben beginnt erst mit Arbeiten.“ Sagt's und schmunzelt bei der Frage nach persönlichen Freizeitprogrammen. Na, na, wird man da nicht schwindelig im Kopf bei so viel Firmenleidenschaft? „Absolut nein. Ich bin



DriveNow-Premium-Flotte Mini und 1er BMW: mobile Zielgruppe.

## DriveNow

ist ein Carsharing-Joint Venture zu jeweils 50 Prozent der BMW Group und der Sixt AG. Die BMW Group bringt die Fahrzeuge und die Fahrzeug-Technologien in das Unternehmen ein; die Sixt AG stellt die Premium-Services, das Vermietungs-Knowhow, die IT-Systeme sowie ein flächendeckendes Stationsnetzwerk zur Registrierung der Kunden zur Verfügung. DriveNow bietet seit Juni 2011 in München und ab Herbst auch in Berlin ein stations-unabhängiges Anmieten und Abstellen der Fahrzeuge an. DriveNow nutzt nur hochwertige Premiumfahrzeuge der Marken Mini und BMW (1er). Alle Autos sind im blau-weißen DriveNow-Design gestaltet, verfügen über mindestens vier Sitze, eine komplette Komfortausstattung (z.B. Einparkhilfe, Klimaautomatik, Sitzheizung etc.) und effiziente Motoren. [www.drive-now.com](http://www.drive-now.com)



BMW-Mini-Flotte auf Odeonsplatz, München: „Mobilität nutzen“



Carsharing-Marke DriveNow: „Jeder Prozess ist IT-getrieben.“

glücklich, die Ideensuche und das Umsetzen von Themen und Prozessen, die wir hier im Team erarbeiten, anzuschieben, zu gestalten und zu verantworten. Ohne den leidenschaftlichen Einsatz der Mitarbeiter und den befruchtenden Austausch wäre Leistung nicht so möglich.“ Ja, ist er denn ein Workaholic? Nie Fun, nie Urlaub? Doch, aber Job Konzernentwicklung und Ferien („Reisen ist für mich ein Traum. Ich will Abenteuer erleben, bin kein Luxusresort-Urlauber“) gehören für Alexander Sixt zusammen. „Ein paar Tage im Jahr komplett vom Alltag abschalten, ist wichtig, um wieder frei im Kopf zu werden. Sonst wird man Gefangener der eigenen Ideen“, weiß der quirlige Multitasker. Aber, betont er, dass er an dieser Stelle im Unternehmen arbeiten „darf“, ja darf („meine Eltern haben mir Bodenständigkeit und Bescheidenheit mitgegeben“), empfindet er als „Glück“. Und Alexander Sixt sieht sich doppelt. „Ich bin eine ge-

## »Gewinn und Innovation gehen Hand in Hand.«

spaltene Persönlichkeit,“ lacht der Chef Konzernentwicklung, „ich bin für Wachstum und Kosten zuständig.“ Yin und Yang. Eine Wahrheit verdrängt der Marktanalytiker („wir sind unsere eigenen Scouts“) nie: Gewinn ist alles. „Wer im Kostenbereich vernünftig arbeitet, kann auch mutig Gewinne investieren.“ Wie bei DriveNow. Da schimmert schon der kaufmännische Erfolg beim Neuprojekt, denn man nutzt kostengünstig die High-Tech-Infra-Struktur von Sixt („jeder Prozess bei uns ist IT-getrieben“). Der kühle Rechner und leidenschaftliche Kreative lächelt hoffnungsfroh. Alexander Sixt, ein stiller Macher mit Biss.

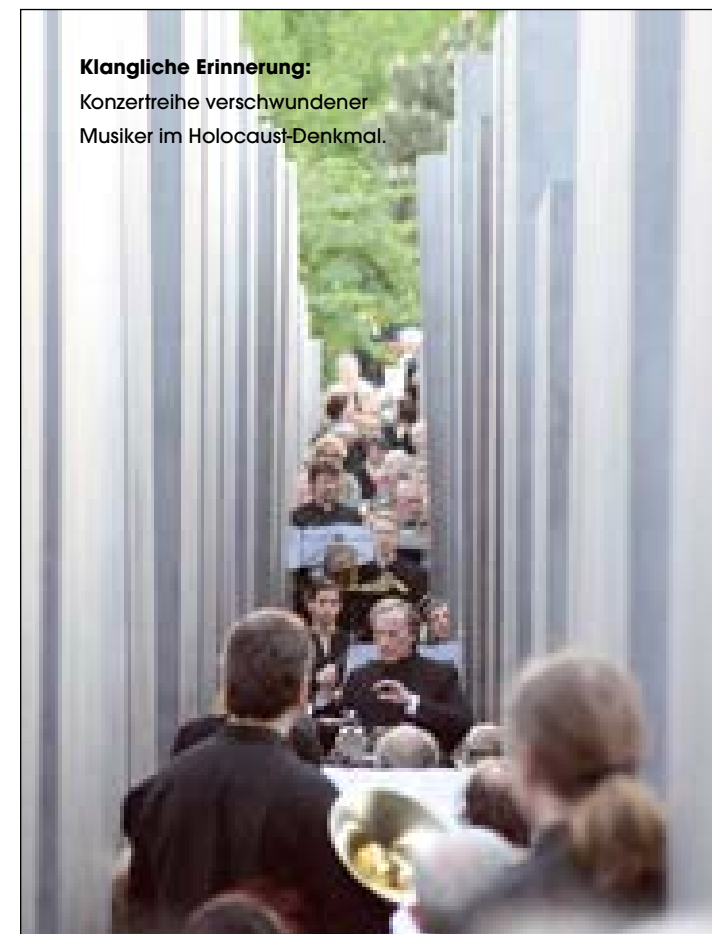
WOLFGANG TIMPE

# 60 x 6000

**LAUTET DAS AKTIONS-MOTTO** der aktuellen Spendenkampagne für den „Raum der Namen“ im Holocaust-Mahnmal Berlin. Um die Arbeit für diesen Erinnerungsort, an dem jüdische Lebensläufe dokumentiert werden, voranzutreiben, werden 6000 Unterstützerpaten gesucht, die jeweils 60 Euro für die Erstellung einer Opfer-Biografie spenden. Daniel-Jan Giel vom Förderkreis Denkmal für die ermordeten Juden Europas e.V.: „Der Förderkreis Denkmal möchte möglichst die Namen aller ermordeten Juden Europas finden. So kann jeder Einzelne noch heute, Jahrzehnte danach, das Ziel der Nazis, alle Juden zu vernichten, aktiv mit verhindern. Dafür recherchieren wir, erstellen Texte und lassen übersetzen und Lebensläufe, Briefe sprechen. 60 Euro für einen Namen. Kleine Spende, große Wirkung.“ Erinnerndes Leben.

Sechs Millionen Menschen wurden ermordet – aber Biografien der Opfer können persönliches Leid lebendig halten. Wie mahnt doch Iris Berben – neben Anne Will, Angelica Domröse, Prof. Dr. Peter Raue, Regine Sixt oder Michael Verhoeven – prominente Botschafterin für den „Raum der Namen“: „Erst das Vergessen vollendet die Vernichtung der Opfer.“ Für Daniel-Jan Giel ist Erinnern endlich: „Die Zeit der letzten Zeitzeugen des Holocaust läuft ab. Wir, die nachfolgenden Generationen, müssen zu Zeitzeugen der Zeitzeugen werden. Darin sehe ich unsere Verantwortung gegenüber den Holocaust-Opfern, denen eine Existenz verwehrt blieb.“

[WWW.HOLOCAUST-DENKMAL-BERLIN.DE](http://WWW.HOLOCAUST-DENKMAL-BERLIN.DE)



### Klangliche Erinnerung:

Konzertreihe verschwundener Musiker im Holocaust-Denkmal.



Porsche empfiehlt **Mobil**

Mehr unter [www.porsche.de](http://www.porsche.de) oder Tel. 01805 356 - 911, Fax - 912 (Festnetzpreis 14 ct/min; Mobilfunkpreise max. 42 ct/min).

## Die Einführung eines radikalen Gedankens in die Hybrid-Technologie: Fahrspaß.

### Der neue Panamera S Hybrid.

Eine radikale Idee: aus Überzeugung Performance. Oder hohe Leistung bei geringem Verbrauch und CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Wie das geht? Mit 3,0-Liter-V6-Zylinder-Kompressormotor plus Elektromaschine. Und mit 8-Gang Tiptronic S. Sportlichkeit und Umweltfreundlichkeit. Kein Widerspruch. Sondern Intelligent Performance.

PORSCHE  
INTELLIGENT  
PERFORMANCE



PORSCHE

Kraftstoffverbrauch (in l/100 km) innerorts 7,6 · außerorts 6,8 · kombiniert 7,1; CO<sub>2</sub>-Emissionen 167 g/km

# STRATEGISCHE PARTNER

Premium liefert Power: erste Flottenlieferung von BMW an Sixt in Lateinamerika & der Karibik.

Die BMW Group in Lateinamerika & der Karibik und ihr exklusiver Importeur in Panama, Bavarian Motors, haben ihre erste BMW Flotte an Sixt in der Region Lateinamerika & der Karibik übergeben. Drei BMW 523i sowie zwei BMW X5 30d können nun täglich bei Sixt Panama angemietet und im Limousinenservice angefragt werden. „Wir freuen uns sehr über das neue Übereinkommen und den Ausbau unserer erfolgreichen Partnerschaft mit Sixt in Lateinamerika & der Karibik. Wir bauen dabei auf die strategische Zusammenarbeit zwischen der BMW Group und Sixt aus Europa“ so Alexander Eftimov, Sales Director der BMW Group Lateinamerika & der Karibik. In den nächsten fünf Jahren wird Deutschlands führender Autovermieter über



**Deal in Panama:**  
Flottenübergabe von  
Alexander Eftimov (2.v.l.),  
Sales Director BMW  
Group Lateinamerika &  
die Karibik, an Sixt.

100.000 BMW und Mini in seine Vermietflotte integrieren. Die BMW Group freut sich auf weitere Vereinbarungen mit Sixt in anderen Märkten der Region.

Es ist die erste Flottenvereinbarung mit Sixt in Panama und zugleich eine Intensivierung der Partnerschaft in der Region vor dem Hintergrund des rasant zunehmenden Geschäftskundenaufkommens in Lateinamerika. Sixt ist Hauptanbieter von Full-Service-Leasing und Limousinen-Service sowie einer der wichtigsten Autovermieter weltweit. Die Zusammenarbeit zwischen BMW und Sixt verbindet Premiumautos mit Premiumservice.

Für die BMW Group ist 2011 ein Rekordjahr weltweit. Lateinamerika & die Karibik sind hierbei keine Ausnahme. BMW-Kunden schätzen das neue Design, den hohen Qualitätsstandard und die Sicherheit der Produkte. Mit einem neuen

Rekord von 6 220 Einheiten im ersten Quartal 2011 (ein Plus von 49 Prozent gegenüber 2010) bleibt BMW die Nummer eins unter den Autoherstellern im Premiumsegment in Lateinamerika & der Karibik.

Sixt bietet seinen Kunden eine große Auswahl an hochklassigen Fahrzeugen sowie umfangreiche zusätzliche Serviceangebote im Bereich der Autovermietung und des Full-Service-Leasing. Die hohe Qualität der Mobilitätsdienstleistungen ist insbesondere für Geschäftskunden – die Hauptkundengruppe von Sixt – von hoher Bedeutung bei der Miet- oder Leasing-Entscheidung. In der Region bietet Sixt bereits heute Mobilitätsdienstleistungen in Argentinien, Barbados, Brasilien, Costa Rica, Dominikanische Republik, Französisch Guyana, Guadeloupe, Martinique, Mexiko, Panama, Peru, Puerto Rico, St. Lucia, St. Martin und Uruguay an. [WWW.SIXT.DE](http://www.sixt.de)

## BUTLER-SERVICE AN AIRPORTS Stressfreies Valet-Parking bei Business- oder Urlaubsflug.

Der Test macht die Lust. Wer es einmal genossen hat, wird das Valet-Parking am Flughafen genießen – ob nun mit Privat-Pkw beim Flug in den Urlaub oder mit dem Dienstwagen zum Business-Hopping. Einfach im Web registrieren, Wagenkennung (auch Farbe!) und Hin- und Rückflug eingeben, und schon empfängt den Driver beim Ankommen am Departure-Terminal ein Holiday-Extras-Chauffeur und übernimmt den Schlüssel. Wiedersehen mit seinem Pkw direkt nach Verlassen der Ankunftszone vorm Airport. Legeres Reisen dank Leisure-Parken – und es ist deutlich preiswerter als offizielle Airportparkplätze.

Der führende Vermittler von Parkplätzen am Flughafen, Holiday Extras, bietet ab sofort erstmalig auch eine Produktlinie für Geschäftsreisende und anspruchsvolle Urlauber an und

**holidayextras**  
clever wegkommen

ermöglicht Kunden bis zu 50 Prozent Ersparnis gegenüber den regulären Preisen am Airport. Die Parkvariante „Premium Parken“ ist für die Standorte Düsseldorf, Frankfurt, München, Stuttgart und Hannover verfügbar. Zu den Vorteilen gehören neben einer jederzeit kostenlosen Umbuchung oder Stornierung ein garantierter Stellplatz, kurze Wege auf dem Parkgelände sowie zeitnahe Transfers zum Terminal.

Martin Pundt, CEO Holiday Extras Continental Europe: „Seit 2002 haben sich bereits eine Million Kunden

vom Service und der Qualität unseres Produkts überzeugt. Wir freuen uns, dass wir nun auch Geschäftsreisenden besonders gute Konditionen anbieten können. Ein Unternehmen, das beispielsweise 100 mehrtägige Geschäftsreisen pro Jahr für seine Mitarbeiter bucht, kann mit uns bis zu 5 000 Euro gegenüber den regulären Preisen am Flughafen einsparen.“

# tizi macht Ihr iPad zum Überall-Fernseher.



## tizi

**eQuinox tizi Mobile TV** | tizi ist der erste DVB-T Receiver, der Fernsehen direkt und überall auf iPad und Co. bringt | Er ist das ultimative TV-Gadget für unterwegs | Er überträgt das TV Signal über Wi-Fi, ganz ohne zusätzliche Kabel | Erleben Sie digitales Fernsehen in gestochen scharfer Qualität | Mit der kostenlosen tizi App können Sie so Ihre Lieblingssendung aufnehmen oder Ihren Lieblingsfilm immer und überall genießen und verpassen nie mehr Ihre persönlichen TV-Highlights | Integrierte wiederaufladbare Batterie | **Für iPod touch ab der 3. Generation, iPhone 3GS/4, iPad/iPad 2 | 114771**



Authorised  
Reseller

**Beratung inklusive.** Wenn es um Apple & Co. geht, sind Sie bei uns an der richtigen Adresse. Wir analysieren Ihre Bedürfnisse genau und verkaufen Ihnen nur das, was Sie auch wirklich brauchen. **Digitale Ideen erleben.**

28x in Deutschland und im Internet: [www.gravis.de](http://www.gravis.de)

eQuinox



**Preisträger-Ehepaar Regine und Erich Sixt:**  
Feierstunde in der Residenz München.

## Bayerischen Verdienstorden für Regine und Erich Sixt.

Ministerpräsident Horst Seehofer zeichnet das Münchner Unternehmer-Ehepaar für wirtschaftlichen Erfolg und für ihr soziales Engagement aus. Eine bayerische Erfolgsstory.

**R**egine und Erich Sixt haben am 20. Juli den Bayerischen Verdienstorden erhalten. Bayerns Ministerpräsident Horst Seehofer überreichte die hohe Auszeichnung im Rahmen einer Feierstunde in der Residenz München und ehrte beide Persönlichkeiten damit als „leuchtende Vorbilder“, die sich in beeindruckender Weise um den Freistaat verdient gemacht hätten. Sie erhielten den Bayerischen Verdienstorden (zum ersten Mal an ein Ehepaar) für ihr unternehmerisches Geschick und ihren wirtschaftlichen Erfolg: Das Ehepaar – Erich Sixt als Vorstandsvorsitzender der Sixt AG, Regine Sixt als Leiterin des Internationalen Marketings – entwickelte das Unternehmen zu einem weltweit tätigen Mobilitätskonzern mit einer Präsenz in 105 Ländern und knapp 3000 Mitarbeitern. Die Sixt Autovermietung begann 1912 in München in kleinsten Anfängen und ist heute eines der bedeutendsten Unternehmen in Bayern.

Seit einigen Jahren ist mit den Söhnen von Regine und Erich Sixt bereits die vierte Generation der Familie in führenden Positionen im Unternehmen aktiv: Alexander Sixt ist Leiter Konzernentwicklung, Konstantin Sixt verantwortet die Internet- und Online-Aktivitäten des Konzerns. Darüber hinaus wurde Regine Sixt für ihr umfangreiches soziales Engagement ausgezeichnet: Sie fördert über die Stiftung Regine Sixt Kinderhilfe „Tränchen Trocknen“ Hilfsprojekte auf der ganzen Welt und ist überdies in zahlreichen karitativen Organisationen aktiv. Frau Sixt ist zudem Honorarkonsulin von Barbados. Der Bayerische Verdienstorden gilt als ehrende und dankende Anerkennung für hervorragende Verdienste um den Freistaat Bayern und das bayerische Volk. Die Gesamtzahl der lebenden Ordensträger ist auf 2000 Personen begrenzt.

Die Sixt AG mit Sitz in Pullach bei München ist ein international tätiger Anbieter integrierter Mobilitätsdienstleistungen. Das 1912 gegründete Unternehmen ist in 105 Ländern weltweit vertreten. Sixt ist in der Autovermietung Marktführer in Deutschland und Österreich und einer der größten herstellerunabhängigen Full-Service-Leasing-Anbieter. Der Sixt-Konzern erwirtschaftete 2010 Umsatzerlöse von 1,54 Mrd. Euro. [www.sixt.de](http://www.sixt.de)

## »Auszeichnung für die Menschen von Barbados.«

Bridgetown, die Hauptstadt von Barbados, ist zum UNESCO-Weltkulturerbe erklärt worden. **Regine Sixt**, Honorarkonsulin von Barbados in Deutschland, über die Ernennung:

**I**ch freue mich für die Menschen auf Barbados, die diese Auszeichnung und den Schutz und die Förderung ihrer Kultur verdient haben. Und es macht mich stolz, denn die UNESCO-Aufnahme von Bridgetown als Weltkulturerbe drückt auch den Respekt vor der historischen Leistung der Menschen auf Barbados aus, ihren verantwortungsbewussten Umgang mit dem kolonialen Erbe des britischen Empire. Es ist eine große Würdigung dieses kleinen Landes, das für mich inzwischen zu einer zweiten Heimat geworden ist. Auf seiner 35. Tagung vom 19. bis 29. Juni 2011 in Paris hat das Welterbekomitee der UNESCO die historische Altstadt von Bridgetown und das dazugehörige ehemalige Garnisonsgelände als bedeutendes Beispiel britischer Kolonialarchitektur ausgezeichnet.

Die im 17., 18. und 19. Jahrhundert erbauten und hervorragend erhaltenen Gebäude der Altstadt zeugen von der Kolonialmacht des britischen Empire. Im Gegensatz zu den streng rasterförmig angelegten spanischen und holländischen Kolonialstädten anderer Karibikinseln ist Bridgetown mit seinen eher willkürlich verlaufenden Straßen zudem ein anschauliches Beispiel einer anderen Art von Stadtplanung. Bridgetown wurde 1628 als erste Siedlung am Constitution River von britischen Kolonisten gegründet. Die Garnison der Stadt – The Barbados Garrison – gehörte im 18. und 19. Jahrhundert zu den größten der britischen Kolonien.

REGINE SIXT

[WWW.UNESCO.ORG](http://WWW.UNESCO.ORG) und [WWW.VISITBARBADOS.CO/DE//](http://WWW.VISITBARBADOS.CO/DE//)

**Blick vom National  
Heroes Square auf das  
Rathaus von Bridgetown:**  
„bedeutendes Beispiel  
britischer Kolonialarchitektur“.



*Peter freut sich über  
seine Vorteile als  
ClubColumbus-Mitglied.*

*Helga freut sich über  
den Limousine-Service  
in Istanbul.*

### 15-tägige Kreuzfahrt Ionisches Meer/Ägäis mit MS/ASTOR

02.11.2011 bis 16.11.2011

Venedig – Katakolon – Istanbul –  
Canakkale – Kusadasi – Santorini  
– Heraklion – Catania – Valletta –  
Kerkyra – Venedig

2-Bett-Glückskabine, innen,  
schon ab € **1.699,-** p.P.

2-Bett-Glückskabine, außen,  
schon ab € **2.199,-** p.P.

Preise inkl. Treibstoffzuschlag. Limitiertes  
Kontingent. Einzelkabinen auf Anfrage.

Beratung und Buchung in  
jedem guten Reisebüro oder  
unter 0421/33 36-181

Buchungskennwort:  
„TO-17175 GO-Sixt“

\* Das Angebot der kostenlosen Mitgliedschaft für  
ein Jahr im Rahmen der Kooperation mit SIXT gilt  
nicht, wenn Sie aktuell Mitglied im ClubColumbus  
sind oder in den vergangenen fünf Jahren waren.

*Wir freuen uns über  
die erfolgreiche  
Kooperation mit Sixt.*

Nutzen auch Sie die zahlreichen Kooperations-Vorteile von Sixt und TransOcean. So werden Sixt Gold Card-Inhaber kostenlos ein Jahr lang Mitglied im ClubColumbus von TransOcean\*. Oder andersherum: TransOcean-Kunden können sogar an Bord günstig einen Mietwagen oder den Limousine-Service von Sixt buchen. All das schnell, einfach und preiswert. Das nennen wir höchst persönlichen Service. Profitieren auch Sie davon.

[www.transocean.de](http://www.transocean.de)

**TransOcean**   
Kreuzfahrten  
*Höchst persönlich.*

# *Sommeroase Berlin*

## **Archetyp der Erholung.**

Denkmalgeschützte Gartenanlage Kolonnadenhof vor der Alten Nationalgalerie, Museumsinsel, Berlin-Mitte.

Lässige Hauptstadt. Ob Museumsinsel an der Spree in Mitte, Pop-Art in der Villa Schöning am Havel-Ufer oder Chill-Out an Treptows Osthafen: Berlin zaubert eine einzigartige neue Relaxtheit aus Club-Leben, Outdoor-Living und Kunst-Genuss.

Von Wolfgang Timpe und C. Körte/M. Esser (Fotos)

# »BERLIN IST EBEN EIN MYTHOS!«

*Nico Hofmann, Filmproduzent*

„Alle freien Menschen, wo immer sie  
leben mögen, sind Bürger dieser Stadt  
West-Berlin, und deshalb bin ich  
als freier Mann stolz darauf, sagen  
zu können: Ich bin ein Berliner.“

John F. Kennedy, 26. Juni 1963, vor dem Rathaus Schöneberg;  
Berlin 2011, Blick von Dachterrasse Hotel Park Inn, Alexanderplatz.



**Sommer-Kiez-Gänger Aron Kitzig, Musikvideo-Regisseur:**

„Immer raus auf die Straße, die Menschen im Quartier treffen, die man im Winter nicht gesehen hat. Flanieren, flanieren, flanieren.“

Die warmen Sonnenstrahlen werfen Schattenrisse auf den Rasen unter dem Blätterdach der Baumkronen; hohe Pustebäume bevölkern die immergrünen kurzen Rabattenhecken, bronzene Skulpturenkunst flirtet mit mächtigen Baumstämmen und Menschen halten in sommerlicher Mittagshitze Rast unter griechischen Säulengängen während vom nahen Fluss zärtlich eine Brise die Berliner Luft beflügelt: Kolonnadenhof vor der Alten Nationalgalerie, Museumsinsel, Spreebogen, Berlin-Mitte. Kein Genrebild aus griechisch-antiken Menschheitstagen, sondern Live-Laissez-Faire in der zurzeit schönsten und aufregendsten Hauptstadt der Welt mit seinen 3,4 Millionen Einwohnern und rund 20 Millionen Besuchern pro Jahr: Berlin. Eine entspannte Metropole, eine Sombreroase.

„Als Selbstständiger muss ich aufpassen, nicht im Café sitzen zu bleiben und das Leben zu vergammeln. Ich genieße Berlin!“, schwärmt der gebürtige Rheinländer, Fotograf und Art Director Markus Esser über seine Wahlheimat Berlin. Der 38-jährige, der in Friedrichshain lebt, gerade den Juli über in London gearbeitet und schon mal drei Jahre in New York gelebt hat, weiß, wovon er spricht. „Ich genieße das einzigartige Savoir-Vivre an der Spree.“ Einzigartig? Was hat Berlin, was Londoner Hyde Park samt Themse und New Yorker Central Park samt Hudson River nicht haben? „In New York, London oder Paris hast du immer den ‚Urge‘, den Drang, Geld verdienen zu müssen.“ Weil das Leben dort wesentlich teurer sei, aber auch weil Geld und Status eine größere Rolle spielten. „Berlin ist einfach entspannter. In anderen Millionenstädten leben alle nur nach dem Geld und nicht für das Leben. Das unterscheidet Berlin von anderen Metropolen. Hier gibt es Lebenskünstler. Und diese relaxte Atmosphäre sorgt dafür, dass ich tolle Ideen habe. Berlin inspiriert mich.“ Glücklicher Kreativer.

Ach ja, und dass der perfekte Sommer mit Outdoor-Leben an der Spree schon eine große Weile her ist und inzwischen von einem veritablen April-Wetter abgelöst wurde, kann die Sommergäste wie die Hauptstädter nicht stören. „Ich hoffe auf einen



**Chill-Institution „Club der Visionäre“, Berlin-Treptow:**

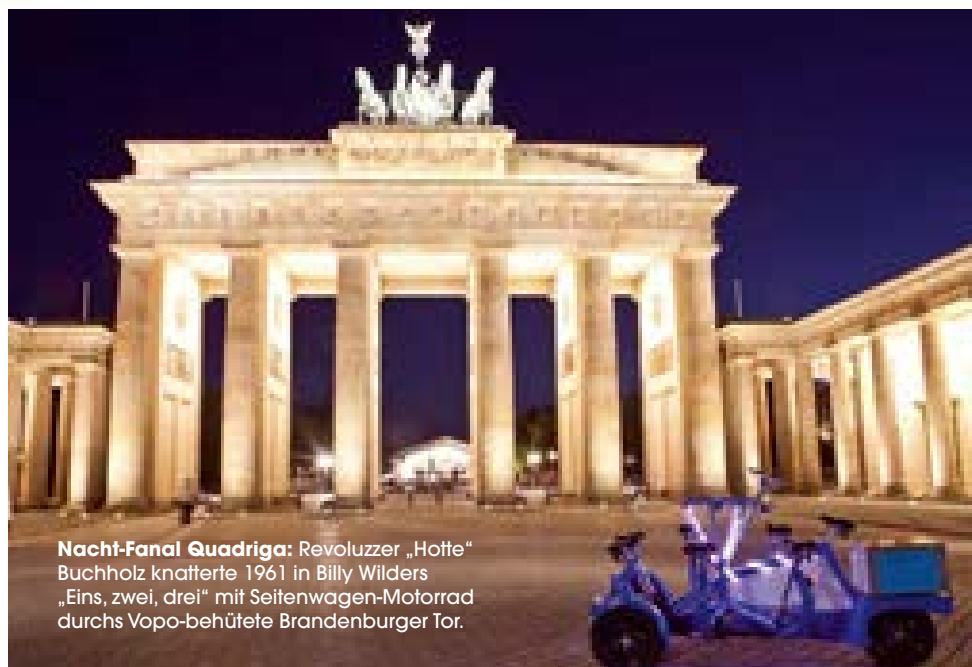
„Als Selbstständiger muss ich aufpassen, nicht im Café sitzen zu bleiben und das Leben zu vergammeln. Ich genieße Berlin!“



**Ausstellungs-Juwel an der Glienicker Brücke:**  
Wilde Naturromantik und Pop-Art in der Villa Schöningen.



**Kirchen-Symbol  
Berliner Dom:**  
Kultur-Ausblicke auf  
die Museumsinsel.



**Nacht-Fanal Quadriga:** Revoluzzer „Hotte“  
Buchholz knatterte 1961 in Billy Wilders  
„Eins, zwei, drei“ mit Seitenwagen-Motorrad  
durchs Vopo-behütete Brandenburger Tor.



**Hauptstadt-Strand Capital Beach:**  
Gläserne Bahnhofskulisse und Spreebogen-  
Schiffe locken urbane Sonnenanbeter.

langen Goldenen Herbst, der ohne Winter direkt in den Frühling führt“, lacht der 32-jährige E-Musik-Videoregisseur (Ensemble Adapter) Aron Kitzig aus Kreuzberg. Der gebürtige Berliner findet, dass Madrid, sein „Berlin des Südens“, noch am ehesten von den Weltmetropolen mit der Hauptstadt mithalten kann. Was ist für ihn Sommer in Berlin? „Immer raus auf die Straße, die Menschen im Quartier treffen, die man im Winter nicht gesehen hat. Flanieren, flanieren, flanieren“, schmunzelt der Fan des Wochenmarkts am Maybachufer in Neukölln. Und wenn die Stadt oder das Leben ihm mal auf die Nerven gehen? „Dann ist Stadtfucht angesagt. Raus zur Brandenburger Seenplatte bei Potsdam oder in meiner Stammkneipe ‚Die Bohne‘ abhängen und einen Schnack über den Kiez halten. Dabei vergesse ich alles und schalte komplett ab.“ Und was ist Berlin für ihn in einem Satz? „Die beste Stadt, um zu leben, und die Schlechteste, um zu arbeiten.“ Glücklicher Realist.

**D**och ist es nicht nur der Chill-Rhythmus von Berlin, von dem (Lebens-) Künstler und kreative Businessmen wie der 51-jährige Autor, Regisseur und deutsche Filmproduzent Nico Hofmann angezogen werden. „Berlin ist eben ein Mythos. Die Luftbrücke, die Mauer, der Kalte Krieg, die Mau-

## Woher wissen Sie, dass es die richtige Speicherkarte ist?

**Weil Sie die Nr. 1 in Speicherkarten gewählt haben.**

Samsung ist seit 1992 die Nummer 1 im Bereich Speicherprodukte. Kein anderer Anbieter ist seitdem in der Lage, eine bessere Performance oder höhere Zuverlässigkeit anzubieten. Auch 2011 stellt Samsung seine herausragende Stellung als Speichermedien Hersteller unter Beweis. Unsere Ingenieure haben die mit Abstand sicherste Speicherkarte der Welt entwickelt. Durch die 3-Proof-Technology sind Ihre Daten vor (Salz-)Wasser, Stößen und Magnetisierung bestens geschützt. Setzen Sie auf Qualität! Setzen Sie auf Samsung! **Tune up your digital life.**

[www.samsung.de/Speicherkarten](http://www.samsung.de/Speicherkarten)



**SAMSUNG**

TURN ON TOMORROW

eröffnung, die Wiedervereinigung – diese Themen sind in aller Welt ein Begriff“, sagt der teamWorx-Gründer und Top-Fernsehfilmproduzent. Glücklicher Historiker.

**A** Iso. Was ist der sexy Berlin-Mix? Ob nun Dance im Capital Beach Hauptstadtstrand oder beim Groove & Chill im Club der Visionäre, ob in der Sechssternen-Luxusresidenz Hotel Adlon Kempinski Berlin am Brandenburger Tor oder im hippen Wellness-Plantschpool im Trepptower Badeschiff: Berlin findet diese einzigartige Balance zwischen kleinbürgerlicher Spießigkeit und revolutionärer Großbürgergeste im Dienste einer individuellen Freiheit. Die Arbeitermilieus im Wedding oder die Beamten-Wohnblocks in Zehlendorf, die protzige DDR-sozialistische Karl-Marx-Allee oder die großbürgerliche Altbau-Sittsamkeit in Charlottenburg und die quirlig-aufsässigen Quartiere Kreuzberg und

Neukölln mit türkisch-linkem Anstrich. Was für eine Melange, was für ein aufregendes Jetzt, was für ein Versprechen auf eine bessere Zukunft: In keiner Millionen-Metropole dieser Welt gehen Geschichte und Aufbruch so eine spannende Dynamik ein, ritzen auf so unnachahmliche Weise den Rhythmus der Laubenpiepermentalität in die großbürgerlichen Freiheitsversprechen.

Wie sonst könnte im Sommer 2011 der Schlussabsatz der berühmten Rede von John F. Kennedy vor dem Rathaus Schöneberg wie ein visionäres Versprechen auf die Zukunft des 21. Jahrhunderts gelten. Nein, nicht New York, Rio, Tokio ist das Patina-Motto aller Metropolen-Seeligkeit, sondern Tunis, Alger und Berlin. John F. Kennedy, 1963: „Alle freien Menschen, wo immer sie leben mögen, sind Bürger dieser Stadt West-Berlin, und deshalb bin ich als freier Mann stolz darauf, sagen zu können: Ich bin ein Berliner.“ Sommeroase Berlin 2011.



**Hipster-Hotspot Badeschiff Berlin:** Juveniler Szenetreff im Osthafen mit sonnengeölten Astralkörpern und Berlin-Ikone Oberbaumbrücke, die Kreuzberg und Friedrichshain verbindet.

## SERVICE BERLIN RELAX-TIPPS

### Kolonnadenhof Museumsinsel

Stilvoll Relaxen im 2010 wiedereröffneten restaurierten Kolonnadenhof der Museumsinsel mit Säulengang, Brunnen und Bronzeplastiken vor der Alten Nationalgalerie. Bodestr. 1–3, 10178 Berlin-Mitte [www.museumsinsel-berlin.de](http://www.museumsinsel-berlin.de)

### Villa Schöningen

Wunderbar restauriertes Privatmuseum für deutsch-deutsche Geschichte wie auch für Zeitgenössisches mit Lage am Havel-Ufer/Glienicker Brücke. Berliner Str. 86, 14467 Potsdam

[www.villa-schoeningen.de](http://www.villa-schoeningen.de)

### Club der Visionäre

Legere Clubatmosphäre mit Disko und Dance-Bootstouren oder ewig chillen auf der Terrasse. – Am Flutgraben, 12435 Berlin-Treptow [www.clubdervisionaere.de](http://www.clubdervisionaere.de)

### Wochenmarkt am Maybachufer

Hauptstadt-Kultmarkt mitten im Kreuzkölln-Kiez am Landwehrkanal direkt auf der Grenze von Kreuzberg und Neukölln. Berlin-Orient-Atmo. – Di. + Fr. 12:00–18:30; Maybachufer,

10997 Berlin-Neukölln [www.kreuzberg24.net/basics/wochenmarkt](http://www.kreuzberg24.net/basics/wochenmarkt)

### Dachterrasse Park Inn Hotel Radisson

Ab in den 40. Stock zur Dachterrasse hochsauen und Berlin von oben genießen. Über den Dächern von Hip-Hop-Town. – Alexanderplatz 7, 10178 Berlin-Mitte [www.parkinn-berlin.de](http://www.parkinn-berlin.de)

### Badeschiff

Outdoor-Pool gegenüber Oberbaumbrücke plus Well- und Fitnessbude. Hipster-Treff.

Eichenstraße 4, 12435 Berlin. [www.badeschiff.de](http://www.badeschiff.de)

### Capital Beach

Hauptstadtstrand am Spreebogen mit Live-DJs, Open-Air-Dancing, Liegestuhl-Relaxen. [www.capital-beach.eu](http://www.capital-beach.eu)

### Hotel Adlon Kempinski Berlin

Das schönste Luxus-Gegengift der Stadt. Stiloper am Brandenburger Tor. New Berlin Classics! Unter den Linden 77, Am Pariser Platz, 10117 Berlin-Mitte [www.kempinski.com/de/berlinadlon](http://www.kempinski.com/de/berlinadlon)

# Auszeit.

## Sommerdesign von Radisson Blu.

Inspirierend modern bis klassisch elegant. Dazu einzigartiger “Yes I Can!” Service und erstklassige Ausstattung inklusive Internetzugang. Sagen Sie “Yes” zu Radisson Blu in 200+ Hotels in über 50 Ländern.

Nicht vergessen: Für Ihre Mietwagenreservierung bei SIXT bekommen Sie 750 Gold Points®.

00800 3333 3333  
[radissonblu.de](http://radissonblu.de)

**Radisson BLU**  
HOTELS THAT LOVE TO SAY YES!

# ICH BIN OPTIMISTISCH!

Marke repräsentiert Marke: Berlin ist weltweit hip und der Regierende Bürgermeister Klaus Wowereit ist Mr. Berlin. Seit zehn Jahren führt er als Regierungschef die Hauptstadt und will am 18. September wiedergewählt werden. Ein Gespräch über Geld, Kunst und Freiheit.

Von Wolfgang Timpe und Christina Körte (Fotos)

## Business-Pusher.

Wahlkämpfer Klaus Wowereit im Innenhof des Roten Rathauses von Berlin vor dem Mini One D Countryman: „Die drei zentralen Themen der kommenden fünf Jahre sind Wirtschaft, Wirtschaft, Wirtschaft.“



## KLAUS WOWEREIT

ist in Berlin geboren und im Stadtteil Tempelhof aufgewachsen. Der 57-Jährige hat Jura studiert, ist seit 1972 SPD-Mitglied und 1984 mit 31 Jahren Berlins jüngster Stadtrat. Wowereit ist stellvertretender Vorsitzender der Bundes-SPD und führt seit 2001 Berlin als Regierender Bürgermeister erst mit Rot-Grün und dann mit SPD/PDS- bzw. später SPD-Linkspartei-Koalition. Sein Big-Point als Regierungschef und Aufsichtsratsvorsitzender der Flughafengesellschaft ist der neue Großflughafen Berlin-Brandenburg Willy Brandt, der am 3. Juni 2012 eröffnet wird: „Der neue Flughafen bringt konservativ gerechnet rund 40.000 neue Arbeitsplätze nach Berlin.“

# SATZANFÄNGE

## KLAUS WOWEREIT

**Autofahren wird sich ...** in Großstädten zu mehr Carsharing-Modellen hin entwickeln.

**Hape Kerkeling ...** ist ein herausragender Künstler und ein guter Bekannter.

**Schwulenwitze ...** sind menschenverachtend.

**Frauen bedeuten mir ...** sehr viel. Sie bilden über die Hälfte der Bevölkerung.

**Der Spruch „Berlin ist arm, aber sexy“ ...** war damals richtig. Und heute sind wir nicht mehr ganz so arm, aber immer noch sexy.

**Die grüne Spitzenpolitikerin Renate Künast ...** ist eine interessante Frau.

**Die kostenlose „Staatsoper“**

**für alle“ auf dem Bebelplatz ...** ist ein wunderbares Ereignis, weil es die Oper für ein breites Publikum öffnet.

**Ich lese gerade ...** die Wochenzeitung „Die Zeit“. Sie ist sehr umfangreich und man braucht Zeit.

**Der Satz „Ich bin schwul und das ist gut so“ ...** hat mein Leben von heute auf morgen verändert. Plötzlich war man nicht nur in Deutschland, sondern fast weltweit bekannt.

**Ein Glas Champagner ...** schmeckt, wenn er gut ist.

**Wenn ich Urlaub mache ...** suche ich einen Ort, wo ich auch Golf spielen kann – meistens auf einer Insel.

**Die Berliner Laubenpieper-**

**Mentalität ...** ist schön und muss Grenzen haben.

**Politiker sind ...** unersetzlich.

**Wild und schön ...** ist Berlin.

**Reich und ...** ist München.

**Meinen Kosenamen „Wowi“ ...** gibt es schon seit Schulzeiten – auch „Wowe“.

**Der Witwen-Stadtteil Charlottenburg-Wilmersdorf ...** ist ein schönes Quartier zum Leben.

**Das Sternzeichen Waage ...** ist immer ausgeglichen, immer den schönen Dingen zugeneigt – manchmal aber auch mit Ausschlägen.

**Ein politisches Alphetier ...** ist notwendig.

## Industrie-Planer

Regierender Förderer Klaus Wowereit: „In der Medizintechnik haben wir hervorragende Hidden Champions, die von Berlin aus den Weltmarkt beliefern. Wir haben eine besondere Chance bei der von Forschung und Entwicklung getriebenen Industrie – durch die Kombination von Forschungs-Einrichtungen, Universitäten und der Kreativität der Stadt. Das ist die Zukunft.“

**K**ann der Mann eigentlich aus der Rolle fallen? Ja! Wenn das GoSixt-Gespräch mit dem Regierenden Bürgermeister von Berlin offiziell beendet und das Tonband im Amtszimmer des Roten Rathauses ausgeschaltet ist – und man sich auf den Weg zum Fotoshooting im Innenhof des roten Klinkerbaus macht. Dann kann der entspannte und selbstbewusst auf Wahlsieg setzende Klaus Wowereit auf ganz locker schalten: Hochdeutsch weg, der Regierende berlinert so authentisch, wie ein in Tempelhof aufgewachsener Berliner aus kleinen Verhältnissen nur berlinern kann. „Eigentlich bin ick uff schwarz bei Autos, aber det blau hier finde ick jut. Mir jefällt, dat det keen falsches Statussymbol ist, sondern ne wunderbare Designerleistung“, erzählt Mr. Berlin, Klaus „Wowi“ Wowereit locker vom Mobilitätshocker. Dass der kleine Blaue, der Mini One D Countryman, nur 4,4 l/100 km verbraucht und nur 115 g/CO<sub>2</sub> ausstößt, überzeugt den grünen SPDler Klaus Wowereit. Und dass der kleine SUV-Flitzer innen dem 1,93 m großen Regierungschef auch noch wacker Platz bietet („dat iss ja echt ne Überraschung, ick kann ma ja lang machen“, schmunzelt er), lässt automobiler Cocooning-Gefühle aufkommen und ihn liebevoll über die großen, rund designten Instrumente streichen. „Da kann man ja richtig mit reisen. Ein schönes Auto.“ Wowi-Cruisen.

Da der Regierende zugleich auch noch Kultursenator ist, präsentiert er beispielsweise mit „Based in Berlin“ nicht nur junge Gegenwartskünstler aus aller Welt, die an der Spree arbeiten, sondern freut sich als Business-Pusher auch über die Kulturhilfe zum Beispiel vom Berliner BMW-Chef Hans-Reiner Schröder, der ein Mal im Jahr das Outdoor-Event „Staatsoper für alle“ auf dem Bebelplatz finanziert. „Kultur ist ein harter Wirtschaftsfaktor für Berlin. Das ist gut investiertes Geld und kein Mäzenatentum. Diese Ausgaben folgen der Vernunft.“ Klaus Wowereit im Gespräch mit *GoSixt*-Chefredakteur Wolfgang Timpe über Geld, Kunst und Märkte.

Herr Wowereit, Sie haben den Spruch „Berlin ist arm, aber sexy“ zum umgangssprachlichen Weltkulturerbe gekürt. Sind Sie gar kein Politiker, sondern der Marketingchef der Hauptstadt? Ich bin seit vielen Jahrzehnten Politiker und zur Politik gehört natürlich auch Marketing – gerade für eine Stadt wie Berlin.

Oder sind Sie als Regierender Bürgermeister doch eher Vorsitzender eines Hartz-IV-Biotops? Wir haben in der Tat viele Menschen, die leider darauf angewiesen sind, Leistungen nach dem so genannten Hartz-IV-Gesetz zu bekommen. Aber das ist bei weitem nicht die Mehrheit dieser Stadt und dementsprechend wäre diese Bezeichnung vollkommen falsch. Richtig ist jedoch, dass diese Stadt soziale Unterschiede hat.

Gibt es ein persönliches Ziel von Ihnen, in welchem Kernbereich künftig der wirtschaftliche Aufschwung von Berlin stattfinden soll? Gibt es einen Masterplan Wowereit? Fördern von Wirtschaft



„2001 hatte Berlin rund zehn, jetzt haben wir rund 20 Millionen Übernachtungen pro Jahr“: das Mini-One-D-SUV am Osthafen in Berlin-Treptow.



„Den Freiheitsgedanken der Mobilität verwirklichen“: Mini One D Countryman vor Nordischen Botschaften in Berlin-Mitte.

»Kultur ist ein harter Wirtschaftsfaktor für Berlin. Das ist gut investiertes Geld und kein Mäzenatentum. Diese Ausgaben folgen der Vernunft.«



**Smart. Mini One D Countryman:** Das Mini-SUV leistet 66/90 KW/PS bei 4000 U/min. Er beschleunigt von 0–100 km/h in 12,9 Sekunden, fährt 170 km/h, verbraucht 4,4 l/100 km und stößt nur 115 g/CO<sub>2</sub> aus.

und Arbeitsplätzen ist das zentrale Thema. Wir haben in den vergangenen fünf Jahren 118.000 sozialversicherungspflichtige Jobs geschaffen. Das ist eine stolze Zahl, aber sie muss noch steigen. Berlin hat heute strukturell wirtschaftlich noch nicht die Kraft, die notwendig ist, um alle Aufgaben zu erfüllen. Die drei zentralen Themen der nächsten fünf Jahre sind Wirtschaft, Wirtschaft, Wirtschaft.

Berlin lebt vom Dienstleistungssektor. Nachhaltiger Aufschwung lebt jedoch von der Industrie. Wie wollen Sie die wieder an die Spree holen? In der Hauptstadt haben wir über 100.000 zukunftsfähige industrielle Arbeitsplätze – etwa im Bereich Gasturbinen. BMW produziert hier jedes Motorrad und Daimler baut seine Motoren. Und in der Medizintechnik haben wir hervorragende Hidden Champions, die von Berlin aus den Weltmarkt beliefern. Es gibt also eine herausragende Basis, besonders bei der von Forschung und Entwicklung getriebenen Industrie.

**Warum?** Durch die Kombination von Forschungseinrichtungen, Universitäten und der Kreativität der Stadt. Das ist die Zukunft von Berlin.

Da spricht der Wahlkämpfer Wowereit. Im Mai dieses Jahres wurden Sie auf dem Landesparteitag mit einem nie dagewesenen DDR-Ergebnis einstimmig zum SPD-Spitzenkandidaten zur Wahl des Abgeordnetenhauses am 18. September gewählt. Wie fühlt sich so ein 100-Prozent-Ergebnis an? Das ist ein schönes Gefühl, darf man aber auch nicht überbewerten. Es ist Wahlkampf und die Leute stehen hinter einem. Es ist eine gute Bestätigung und gibt Kraft für die Herausforderung des Wahlkampfes.

Man sagt, zwei Legislaturperioden sind genug – für ein Land, eine Institution, eine Stadt. Warum streben Sie

eine dritte an? „Aller guten Dinge sind drei“ ist eine andere Erkenntnis in unserem Leben. Dementsprechend glaube ich, dass die dritte Legislaturperiode sehr gut für Berlin, aber auch für mich selbst sein wird. Man kann große Projekte beenden wie den Flughafen Berlin-Brandenburg Willy Brandt in Schönefeld.

**Ist Ihnen der Namensbestandteil Willy Brandt wichtig?** Sehr wichtig. Willy Brandt ist eine der herausragenden Persönlichkeiten für Berlin und Deutschland. Ja, er ist ein Weltpolitiker, der sich nicht nur für die Ost-West-Annäherung, sondern auch für die Nord-Süd-Verständigung eingesetzt hat. Zu Zeiten, als das noch nicht so modern war. Und er ist nun mal auch mein politisches Vorbild.

Im Vergleich mit anderen Bundesländern ist Berlin nach wie vor arm, hat 3,4 Millionen Einwohner, schwierige soziale Verhältnisse und eine schwache Kaufkraft. Wie wollen Sie Spitze werden? Wir haben erfolgreich riesige Umstrukturierungen hinter uns. Teilungsbedingt sind die großen Headquarters der Industrieunternehmen nach München und anderswo gegangen ...

... und kommen nicht wieder. Oder? Bei denen muss eine neue Generation von Managern heranwachsen, die eine neue andere Affinität zur Hauptstadt haben. Die vielleicht hier studiert haben und auch genau die Stärken dieser Stadt kennen. Das ist ein Prozess, der kommt. Ich bin ganz optimistisch, dass sich das stetig verbessern wird.

**Was können Sie zum Beispiel von New York und dem Erfolg von Bürgermeister Michael Bloomberg lernen?** Na, Erfolg ist relativ. Die Finanzkrise 2009 hat New York enorm gebeutelt. Außerdem kann man die Systeme New York und Berlin nicht miteinander vergleichen.

Warum nicht? Wenn Unternehmen in New York existen-

nachhaltiges  
handeln liegt in  
unserer natur.

**Monika Meier**  
Manager Enterprise Quality & Compliance  
Mitsubishi Electric Deutschland



Mit dem Umweltstatement Eco Changes bringt die Mitsubishi Electric Gruppe ihre Einstellung zum Thema Umwelt-Management zum Ausdruck.

Mit innovativen Lösungen für Privathaushalte, Büros, Betriebe, Infrastruktur und sogar den Weltraum streben wir die Verwirklichung einer ökologisch orientierten Gesellschaft an.

[www.ecochanges.eu](http://www.ecochanges.eu)



Eco Changes for Society



Eco Changes for Business



Eco Changes for Daily Life

zielle Finanzprobleme haben, melden die einfach Chapter 11 an ...

... das heißt, dass insolvente Firmen unter Gerichtsaufsicht weiter geschäftlich tätig sein können ... was bei uns in Deutschland zum Glück nicht geht! Oder nehmen Sie die Infrastruktur wie Straßen oder technische Anlagen in New York: Da möchte ich mit Berlin nicht hinkommen.

Also nix lernen? Doch, aber richtig. Wir arbeiten mit Michael Bloomberg mit New York und London im Städtetzwerk CE 40 beim Klimaschutz zusammen. Wir sollen und wollen auch voneinander lernen und: Wir können auch hemmungslos kopieren. Da, wo Städte erfolgreich sind, gibt's kein Copyright. Da kann man abkupfern. Das ist gut.

Welche Stadt ist für Sie ein Vorbild? Viele, wie zum Beispiel Kopenhagen mit seinem starken Fahrrad-Verkehrskonzept. Oder Paris mit seiner Seine-Strand-Idee von Bürgermeister Bertrand Delanoë, was bei uns und in der ganzen Welt erfolgreich nachgemacht wird, um in den Sommermonaten Großstädte zu beleben. Und von Berlin kann man lernen, wie man ein attraktives öffentliches Nahverkehrskonzept aufbaut.

Trotz der S-Bahn-Pleiten der deutschen Bahn? Ja. Berlin hat ein riesiges Angebot als Alternative zum Auto. Bei uns sind die Neuzulassungen rückläufig, wir haben weniger Pkw in der Stadt.

Sehen Sie das positiv? Ja, denn man kann eine Millionenstadt nicht wirklich autogerecht umbauen. Und wir wollen in Berlin den CO<sub>2</sub>-Ausstoß bis 2020 um 40 Prozent und bis 2050 in Deutschland um 90 Prozent reduzieren. Das geht nur, wenn der Individualverkehr auch seinen Klimaschutzbeitrag leistet. Wir brauchen eine vernünftige Mischung zwischen einerseits den berechtigten individuellen Bedürfnissen, ein Auto zu haben und auch den Freiheitsgedanken der Mobilität zu verwirklichen. Und andererseits brauchen wir den öffentlichen Nahverkehr als sinnvolle Alternative für unsinnige Privatfahrten, wo Autos nur von A nach B bewegt werden und sonst den ganzen Tag nur herumstehen.

Zu den Erfordernissen passt ja durchaus ein jüngeres neues Mobilitätsbewusstsein, das wenig Wert auf das Statussymbol Auto legt. Absolut. Da sind dann auch Angebote wie zum Beispiel der Sixt AG mit ihrem Carsharing-System DriveNow wichtig, das im Frühjahr in Berlin starten wird. Es muss sich nicht jeder ein eigenes Auto anschaffen. Carsharing-Modelle bieten attraktive individuelle Angebote für die Zeit, wo man ein Auto braucht und günstig mieten kann. Das wird in Zukunft stark genutzt werden – ebenso wie die e-mobility, die Elektrofahrzeuge. Die Menschen wollen keine autofreie Stadt haben, aber einen Mix vernünftiger Systeme.

Apropos Mobilität und Großflughafen Berlin-Brandenburg Willy Brandt. Was erwarten Sie konkret davon? Konservative Berechnungen gehen von 40.000 neuen Arbeitsplätzen aus, nicht alle direkt am, aber im Umfeld des Flughafens. Und wir wollen, dass noch mehr Men-

schen in die Stadt kommen. Der Tourismus boomt. 2001 hatten wir rund zehn Millionen und heute 20 Millionen Übernachtungen. 2001 hatten wir elf Millionen, heute haben wir über 22 Millionen Passagiere pro Jahr in Berlin. Das ist eine enorme dynamische Entwicklung in nur zehn Jahren.

Was macht Klaus Wowereit, wenn er abschalten will? Da die Freizeit sehr begrenzt ist, bin ich gerne Zuhause. Das ist mein Refugium. Und ich bin gerne kieznahe zu Fuß in Charlottenburg-Wilmersdorf in Straßencafés oder schönen Restaurants unterwegs.

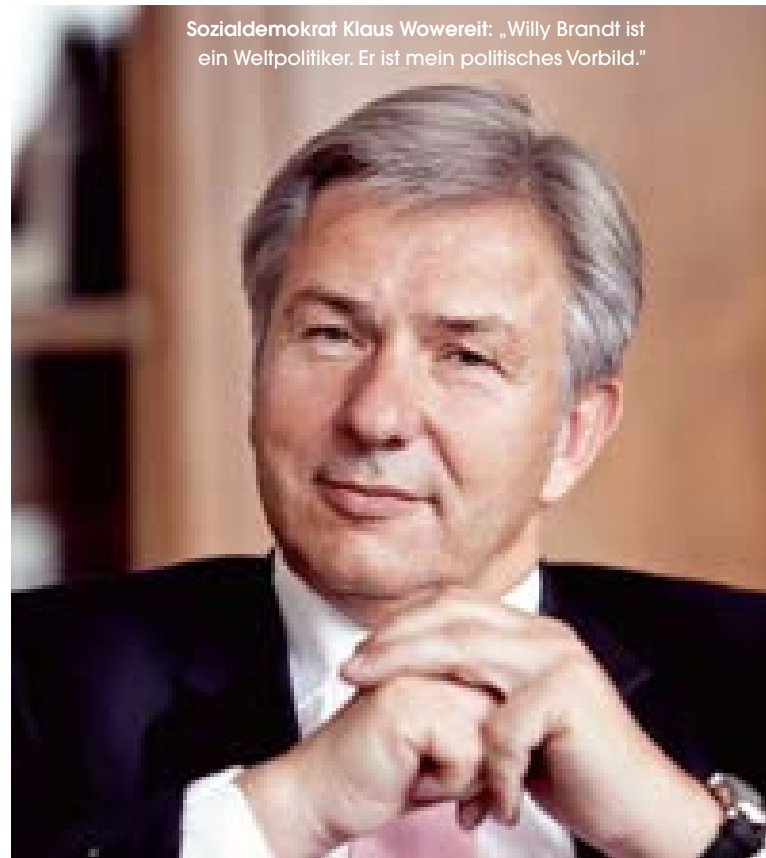
Sie sind von 365 Tagen im Jahr rund 300 Tage abends im Dienst. Haben Sie überhaupt ein Privatleben? Es gibt dazu keine Alternative. Man macht das 150-prozentig mit Haut und Haaren. Auf Sparflamme geht das nicht.

Ein Berater würde sagen: Erhole dich, um gut zu sein, such dir Rückzugsräume. In einer Stadt wie Berlin gibt es die nicht. Das ist ziemlich brutal.

Wann zweifelt Klaus Wowereit mal am Politiker? Wenn ich nicht mehr motiviert bin. Das wäre meine persönliche Schmerzgrenze. Doch diese Phase gab und gibt es nicht. Ich bin voll motiviert.

Sind Sie so etwas wie der letzte Romantiker der Politik? Nein. Ich bin ein ziemlicher Realist. Mit Romantik kommt man als Regierender Bürgermeister in Berlin auch nicht viel weiter.

Zum Schluss haben Sie als Bürger Wowereit drei Wünsche frei. Was erfüllen Sie sich? Baustellen, die schnell vollendet werden. Arbeitsplätze für alle, die einen suchen. Und drittens, dass Berlin eine weltoffene Stadt bleibt, in der jeder nach seiner Façon selig werden kann.



Sozialdemokrat Klaus Wowereit: „Willy Brandt ist ein Weltpolitiker. Er ist mein politisches Vorbild.“



60 Hotels in Deutschland freuen sich auf Ihren Besuch.  
Auf [www.nh-hotels.de](http://www.nh-hotels.de) finden Sie Ihr nächstes Ziel.

Wake Up  
To a Better  
World **nh**  
HOTELES

# EIN GESCHENK FÜR DIE BERLINER!

Business und Diplomatie. Hans-Reiner Schröder, Chef von BMW Berlin, vernetzt erfolgreich seine Marke mit den Berlinern und den Hauptstadt-VIPs. Nahaufnahme eines dynamischen Beziehungsmanagers.

**O**hne ihn wäre Berlin ärmer – an Kulturhöhepunkten und persönlichem Zusammengehörigkeitsgefühl. Gestatten, Schröder, Hans-Reiner Schröder, Chef von BMW Berlin und selbst inzwischen eine Kommunikations-Marke der Hauptstadt. Ihm verdanken die Berliner das Umsonst-und-Draußen-Festival „Staatsoper für alle“, zu dem seit 2007 einmal im Jahr an zwei Abenden jeweils 30.000 Besucher zum Bebelplatz zu Oper oder Konzert mit Daniel Barenboim pilgern. „Das ist ein Geschenk für die Berliner“, sagt Schröder, und der Regierende Bürgermeister Klaus Wowereit sieht es als „wunderbares Ereignis, das die Oper fürs breite Publikum öffnet“. Und warum sponsort der 55-Jährige überhaupt Kultur? „Weil es das Image der Marke BMW stärkt, und wir uns in der Hauptstadt mit Qualität präsentieren wollen.“ Ein Spreestadt-Coup des Marketingstrategen.

Als der gebürtige Münchner vor knapp fünf Jahren nach Berlin sollte, zögerte er zunächst. „Ich bin ein bodenständiger Bayer.“ Und er war der erfolgreiche BMW-Manager in Nürnberg, der beruflich-gesellschaftlich anerkannt war: „Ich war in der Handelskammer, Marketingpräsident, initiierte Kinderhilfen und erhielt das Bundesverdienstkreuz.“ Doch der gewinnende Sunnyboy, Sohn einer Sozialpädagogin und eines Spitzenbeamten (Leiter der Münchner Elektrizitätswerke), – der in der Jugend Tennis, Windsurfen und Motorradfahren liebte („an meiner ersten Zündapp KS 50 Super Sport habe ich ständig herumgeschraubt, das machte mir richtig Spaß“) –, packte Berlin an und kann sich heute ein Leben ohne Hauptstadt nicht mehr vorstellen.

„Durch die vielfältigen Kulturen und die Kontakte zu Persönlichkeiten der Hochpolitik konnte ich meinen Horizont erweitern“, bilanziert er ohne Schröder-Lächeln. „Ich bin mit den Aufgaben gewachsen.“ Die drei Euro ins virtuelle Phrasenschwein spendiert er gerne, denn er meint es ganz ernst. Informieren, diskutieren, netzwerken – wie wird man ein Mann mit Einfluss, der auf dem berühmten kleinen Dienstweg zwischen Rotem Rathaus und Verwaltung sowie Repräsentanten und Unternehmen Berlins Wichtiges und Gutes regelt und mitbestimmt? Ist er ein geborener Kommunikator? „Eigentlich nicht“, sagt er, „denn am liebsten bin ich minde-

Sixt



## Brillanter Kontakter.

Hans-Reiner Schröder in der Sixt-Dependance im Hotel Adlon:

„In Berlin konnte ich meinen geistigen Horizont erweitern, bin mit den Aufgaben gewachsen. Wer die Tore schießt, ist bei uns egal – Hauptsache für BMW.“



„Das Image der Marke stärken“: „Staatsoper für alle“ – jährliches, kostenloses BMW-Berlin-Event für 30.000 Leute auf dem Bebelplatz.

stens eine Woche im Jahr zum Angeln in Norwegen oder Irland. Nur Fluss, Wasser, Mücken, Schafe und eine Angel: Das ist Erholung pur.“ Das muss der BMW-Berlin-Macher sich abknapsen, der von rund 1.500 Einladungen pro Jahr 200 wahrnimmt, also an 200 Abenden im Jahr unterwegs ist, und der auch noch ein „glückliches Familienleben mit toleranter Frau“ Katherina und der zweieinhalbjährigen Tochter Karolina managt. „Ich versuche, sie so oft wie möglich mitzunehmen. Das gelingt!“, lacht der Marketing-Tausendsassa von BMW Berlin sein markantes Lachen. Wo der silbergraue Charmeur in der Netzwerk-Kulisse gute Laune macht, ist in Berlin die Mitte.

Sein Marketing-Naturell wie auch das persönliche Mögen führt zur häufigen Zusammenarbeit mit Regine Sixt, einer „guten langjährigen Freundin“. „Wenn in der Früh um halb Sieben mein Handy klingelt und der Anrufer ist unbekannt, weiß ich, dass Regine Sixt dran ist. Das ist wunderschön, dass ein Unternehmen, das mit BMW und uns in Berlin zusammenarbeitet, eine Inhaberin hat, die sich so persönlich um Themen kümmert. Das finde ich klasse!“ Bei aller Jovialität und businessorientierten Kommunikation ist der Beziehungsmanager Schröder mit allem was er redet, tut und denkt auf ein Ziel fokussiert: „Wir müssen immer einen Tick besser sein als unsere Mitbewerber im Markt.“ Kein Lächeln, keine Interpretation erwünscht. Wenn’s wichtig wird, kann der sympathische BMW- und Berlin-Lautsprecher auch ernst. Schließlich steigen Umsatz und Absatz unter seiner Führung. Und dazu gehören für Master’s Voice von BMW Berlin auch seine rund 500 Mitarbeiter. „Wir sind ein Team. Wer das Tor schießt, ist nicht wichtig – Hauptsache für BMW“, diktiert der Marketer. Und, nicht mal zu BMW Shanghai umsiedeln? „Definitiv nein. Ich bin in der spannendsten Stadt der Welt und bin hier zufrieden.“ Er freut sich, BMW und den Berlinern Anfang 2014 die neue BMW-Niederlassung Berlin (Investitionen der BMW Group rund 65 Millionen Euro) zu präsentieren. Spatenstich ist noch dieses Jahr. „Ich bin stolz darauf.“ Motivierter Bauherr

„Das finde ich klasse!“: Elegante Sixt-Station im Hotel Adlon Kempinski Berlin, Unter den Linden.

Schröder. Und wenn in fünf Jahren der neue Laden läuft und die junge 60-Jahre-Grenze winkt? „Dann werde ich mit alten Freunden Motorrad fahren, Angeln gehen oder einfach nichts tun und auf der Bank sitzen.“ Wie, kein Kontakten und kein Strippenziehen mehr? „Ach, irgendetwas Kreatives wird mir dann schon einfallen“, schmunzelt er, guckt vorm Hotel Adlon ein wenig versonnen auf das Brandenburger Tor, das in der Abendsonne glänzt. „Ich muss los. Schönen Dank. Hat Spaß gemacht.“ Uns auch. Hans-Reiner Schröder, ein brillanter Kommunikator, eine persönliche Marke im Dienste der Marke BMW. Und einer, der sich mit seiner „Staatsoper für alle“ tief in die Herzen von tausenden von Berlinern gedribbelt hat. Hans-Reiner Schröder, ein Goalgetter für BMW und für Berlin – und ein wenig auch für sich selbst. Aber das würde er seriös zurückweisen. Nun ja, höchstens ein stilles Lächeln würde seine markanten Grübchen zum Tanz auffordern.

WOLFGANG TIMPE

Sixt Berlin Hotel Adlon, Unter den Linden 77, 10117 Berlin  
Tel. ++49 (0)30 200 589 00; [www.sixt.de](http://www.sixt.de) | [www.bmw-berlin.de](http://www.bmw-berlin.de)



FOTOS: CHRISTINA KÖRTE: STAATSOPER-FÜR-ALLE-PREMIERE: 19. MAI 2007 © BMW AG

AUS GUTEM GRUND  
**GRUNDIG**

## TESTMAGAZIN • URTEIL

Grundig MC 9540

**SEHR GUT**

**92,2 %**

Haar- und Bartschneider

01/2010

„Die Präzision des Schneid-Systems ist erstaunlich.“

„Bonus: Wet&Dry-Funktionalität“

# Männerfreundschaft. Für gute, gewachsene Beziehungen.

## PROFESSIONAL LINE

Wenn es um attraktives Aussehen geht, haben Männer ihren eigenen Kopf. Und denken damit natürlich auch über den Körper nach. Denn anspruchsvolle Haar- und Körperpflege setzt Top-Technologie voraus. Das ideale Duo: MC 9540 Wet & Dry Profi-Haarschneider fürs Kopfhaar und MT 6741 Profi-Multihaarschneideset für den Körper. Zwei echte Innovationen zum wahlweisen Nass- und Trockeneinsatz. Dazu sind beide bestens bestückt: 8 Aufsteckkämme (2–20 mm Schnittlänge) und 6 LED-Akku-Anzeige beim MC 9540 sowie 3 wechselbare Styling-Sets (Haar- & Bartschneider, Shaver) plus 7 Aufsteckkämme beim MT 6741. So sieht perfekte Pflege aus!

Mehr Informationen finden Sie unter: [www.grundig.de/stylinglinien](http://www.grundig.de/stylinglinien)



# ICH LIEBE BERLIN!

Ein Freund der Stars. Der Promifrisör und Dauergast in den People-Blättern über seine Spree-Metropole: Eine Liebeserklärung von Udo Walz.

Mein Berlin ist die Stadt, die kreativ, freundlich und sogar menschlich ist; mein Berlin hat Glamour und Klaus Wowereit. Der Regierende Bürgermeister bringt eine ungeheure Leichtigkeit in unsere Hauptstadt. Außerdem, das ist wichtig, hat er einen guten Kopf! Und er ist einer der wenigen Bürgermeister auf der Welt, die attraktiv sind. Viele sagen ja, dass ich der heimliche Bürgermeister von Berlin bin. Auf jeden Fall bin ich unheimlich stolz darauf, dass ich es als Frisör überhaupt so weit geschafft habe. Mittlerweile kennen mich 98 Prozent aller Deutschen. Und das ist gut so, denn dann bekommt man in jedem Lokal einen Tisch. Ja, ich bin den weltlichen Dingen zugetan: Und wie! Ich stehe jeden Tag auf, gehe jeden Abend in ein Lokal zum Essen, denn bei mir Zuhause bleibt die Küche kalt. Ich bin ein gebürtiger Schwabe aus Stuttgart-Waiblingen und seit über 45 Jahren in der Stadt. Na, eigentlich ist es mein Berlin.

1963 habe ich im Hotel Palace in St. Moritz gearbeitet und meine erste Kundin war Marlene Dietrich, die ich für ein Konzert frisieren durfte. Dann bin ich nach Berlin gegangen, damit ich als Berliner nicht zum Militärdienst musste. Und seit Marlene Dietrich kommen immer noch viele Prominente zu mir in den Läden: Claudia Schiffer, Naomi Campbell, Gwyneth Paltrow, Julianne Moore oder Charlize Theron und die People-Zeitschrift „Bunte“ hat mir jetzt sogar zum 67. Geburtstag gratuliert. Mein Geheimnis des Erfolgs ist, dass ich kein Geheimnis habe. Man darf natürlich nicht talentfrei sein und muss eine gewisse Freundlichkeit haben. Inzwischen kenne ich auch viele Schauspielerinnen und Schauspieler, Sängerinnen und Sänger, man sollte eben auch einen großen Freundeskreis haben.

Kontakt zu Prominenten bekam ich von Beginn an in Berlin, als ich im renommierten Salon von Ina Sailer gearbeitet habe, wo damals berühmte Schauspielerinnen wie Ingrid van Bergen oder Veruschka von Lehnendorff ein und aus gingen. Und als meine Chefin mal krank war, musste ich ins Fotostudio und die Stars frisieren, und die fragten mich halt immer wieder an. So kam es auch, dass ich zehn Jahre lang 95 Prozent aller Titel-Frauen der „Brigitte“ frisiert habe, bin mit dem berühmten Fotografen F. C. Gundlach um die Welt geflogen oder habe weltweit bei den Shootings für den Otto-Versand gearbeitet.

Ich habe halt alles kennengelernt. Jenseits vom Berliner Glamour liebe ich meinen Alltag. Ein toller Berlin-Tag beginnt mit schönem Wetter, einem Frühstück in meiner Küche mit Blick aus dem Fenster ins Grüne, in meinen Garten. Dann genieße ich es, meine Tageszeitungen zu lesen, setze mich vors Haus auf die Bank. Dann fahre ich ins Geschäft, arbeite und mittags gehe ich immer mit Freunden essen. Dann wieder ins

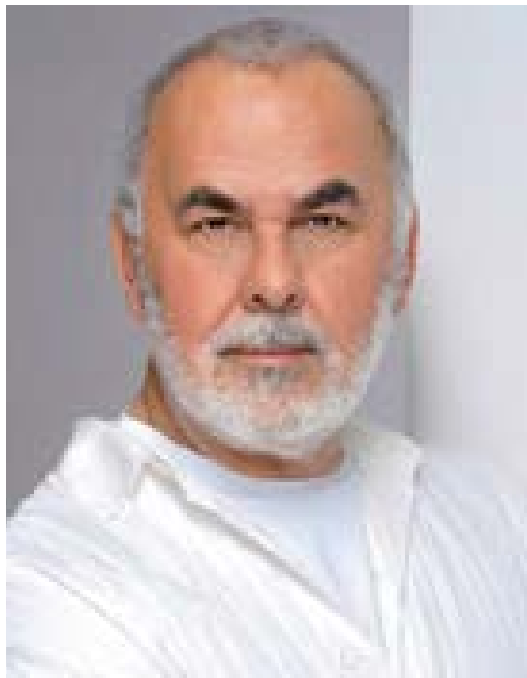
Geschäft und abends mit Freunden in meine Lieblingslokale „Borchardt“ oder „Grill Royal“. Mein Lebensmotto zielt meinen Kühlschrank zu Hause: „Das Leben ist keine Generalprobe. Man lebt nur einmal.“ Ich bin ein glücklicher Mensch. Man erlebt alles nur einmal. Ich genieße und hasse das berühmte deutsche Wort: aber.

Berlin muss Klaus Wowereit behalten. Seine Herausforderin Renate Künast ist nicht mein Bier. Wir wollen doch nicht mit Tempo 30 km/h über die Autobahnen fahren. Inzwischen kenne ich die ganze Welt und möchte nur in Berlin leben. Ich bin nicht objektiv, weil ich Berlin liebe. Wie heißt es doch in dem wunderbaren Hildegard-Knef-Lied: „Berlin, dein Gesicht hat Sommersprossen.“ – und die mag man oder man mag sie nicht. Und dass New York ständig mit Berlin verglichen wird, ist vollkommener Quatsch. New York ist New York und Berlin ist Berlin – eine sehr to-

lerante und relativ ungefährliche Stadt. Wir haben viel Grün, schöne Seen und Kanäle und mehr Brücken als Venedig. Berlin ist die grünste Stadt in Europa.

Das tollste Erlebnis war, als die Mauer fiel. Und eine der aufregendsten Begegnungen war die mit Regine Sixt, die ich auf einem Sommerfest von „Bunte“-Chefredakteurin Patricia Riekel kennengelernt habe. Wir können stolz sein, dass wir in Deutschland so eine Powerfrau haben, die alles selbst in die Hand nimmt, die schnell entscheidet, ein großes Herz hat. Es ist selten, dass eine Frau eine Firma berühmt macht. Da kann man nur sagen: Hut ab! Eine Geschäftsfrau, die voll im Leben steht. Keine 10, sondern 12 Punkte. Meine Berliner Abende verbringe ich jetzt oft im „Fasanen 37“, in meiner neuen Galerie mit Bar. Ich träume von nichts. Außer meinem Beruf habe ich kein Hobby. Urlaub machen nur Leute, die ihren Beruf nicht mögen. Es ist, wie es ist. Auf Wiedersehen in Berlin.

**Udo Walz**, 67, ist Frisör, Unternehmer (10 Läden) und Galerist.



»Das Leben ist keine Generalprobe.«

Watch the time...



Chronograph blue 605

Swiss made  
Gehäuse Titan poliert  
Nappalederband | Glas Saphir

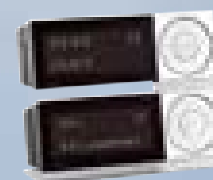
UVP 349,--

Bezugsquellen und Kataloge bei:  
*Filius Zeitdesign*  
Tel. 05 21 / 9 28 25 11  
[www.filius-zeitdesign.de](http://www.filius-zeitdesign.de)

[www.jacob-jensen.com](http://www.jacob-jensen.com)

JACOB JENSEN™

World class Design



Weatherstation



Dimension Clock



Telefon 10



Electric Kettle

**Grüne Wiese**  
Eine Tasche voller Sommer, mit 36x37 cm gross genug für den Strand.  
[www.marimekko.de](http://www.marimekko.de)



**Kleiner Schauer**  
Der rote Grundstoff lässt sogar Regen freundlich leuchten.  
[www.marimekko.de](http://www.marimekko.de)



**Flatternde Romantik**  
Der Blütenregen wie auf dem Kleid von Lisa Campione ist der Trend des Sommers.  
[www.campione.de](http://www.campione.de)

# FLOWER POWER



**Feuchtes Ballett**  
Die edel gestylten Gummislipper mit Blüte halten bis zum Regenbogen.  
[www.furla.it](http://www.furla.it)

**Grauer Schwarm**  
Nicht jede Blüte ist bunt: Auf dieser mittelgroßen Tasche blüht sie dezent.  
[www.lcreditaschen.de](http://www.lcreditaschen.de)



„Fantasie ist so wichtig“, schwärmte Designerin Alberta Ferretti und präsentierte eine Sommerkollektion voll zarter Chiffonkleider mit Blumendruck. Auch auf Taschen, Schuhen und Accessoires regnet es Blüten. Aber Achtung: Nicht übertreiben, die verspielten Muster lieber mit klaren Formen und klaren Designs kombinieren.



**Gelbe Mitte**  
In den Sandaletten von Rosa Rot geht jede wie ein Star.  
[www.my-rosarot.de](http://www.my-rosarot.de)

**Retro-Blüte**  
Nostalgische Radios, in Handarbeit gefertigt, mit moderner Technik. Bunter Sound.  
[www.radio-laden.de](http://www.radio-laden.de)



**Tasche**  
Als „Flower Bomb“ legt sich der Blütenduft des holländischen Designerduos Victor & Rolf.  
[www.victor-rolf.com](http://www.victor-rolf.com)



# SAIL AWAY

In See stechen, fremde Küsten entdecken, Abenteuer erleben: Maritime Romantik prägt allsummerlich die Looks. Die Farbwelt? Natürlich Blau und Weiß, dazu ein bisschen Rot. Die Essentials? Bootsschuhe, eine erstklassige Uhr und Sportswear, die funktional und cool zugleich ist. Und: „Die See ist mein Land“, so das Stil- und Erfolgsmotto von North Sails ([www.northsails-sportswear.com](http://www.northsails-sportswear.com)) Segel hissen, Leinen los!



**Landgang**  
Das Hutband  
des „Stroh Trilby“  
ist gezeichnet.  
[www.hermes.com](http://www.hermes.com)



**Sturmfrei**  
Baumwolschals  
gehören zu jedem  
Männer-Outfit.  
[www.windsor.de](http://www.windsor.de)

**Wetterfest**  
Kein Frösteln  
mehr in der  
Meeresbrise.  
[www.napapijri.com](http://www.napapijri.com)



**Anheuern**  
All in one. Alles für  
einen Wochen-  
endörn im edlen  
Lederbag. [www.bally.com](http://www.bally.com)



**Tiefsee**  
In Aquamarin  
mit „Plant  
Ocean“ taucht  
sich's besser.  
[www.omega-watches.com](http://www.omega-watches.com)



MEISTERSINGER

WIR HABEN DIE SONNENUHR  
VERBESSERT: SIE FUNKTIONIERT  
JETZT AUCH IM SCHATTEN.

Einzeigeruhren  
von MeisterSinger.  
Die N° 01

Die Sonnenuhr hat – genau – einen Zeiger, dessen Schatten die Zeit anzeigt. Voraussetzung ist allerdings, wie der Name schon sagt, die Sonne. Da uns das Prinzip des Einzeigers und die damit einhergehende entspannte Art der Zeitwahrnehmung so gut gefallen haben, haben wir die Sonnenuhr quasi fürs Handgelenk gebaut. Ohne Sonnenabhängigkeit, versteht sich. Sie funktioniert jetzt auch im Schatten. [www.meistersinger.de](http://www.meistersinger.de)



# TRUE BLUE

Einst bezeichnete „de Nimes“ einen kräftigen Baumwollstoff, der aus dem französischen Nimes nach Amerika importiert wurde. Heute ist Denim weltweit ein fester Bestandteil jedes Modestils – von frech und jung bis cool und klassisch. Jeans? True Blue!

**New Classic**  
Der Klassiker in Denim, aufgepeppt mit Details. [www.richandroyal.de](http://www.richandroyal.de)

**Blue Cool**  
Glas? Denim?  
Der blaue Schein bestimmt das Blumen-Sein. [www.leonardo.de](http://www.leonardo.de)

**Blue Moon**  
Der Hermès-Klassiker „Cape Cod“ jetzt neu in dunkelblau. [www.hermes.com](http://www.hermes.com)

**Boys Cut**  
Lässig und sexy im Garçon-Stil: ein Look von Vanilia. [www.vanilia.de](http://www.vanilia.de)



**Hippie Glam**  
Denim-Batik auf feiner Baumwolle, sehr trendy! [www.blend.dk](http://www.blend.dk)

**Ice Water**  
Die Linie „Mikado Flamenco“ mit Aquamarinen und Brillanten. [www.tamaracomolli.com](http://www.tamaracomolli.com)



## Zeitlos schön

„40 ist das neue 30“ – hochwertige Pflegeprodukte machen regelrecht Träume wahr. Und dafür muss frau nicht zu aufwändigen Methoden greifen! Die Produkte der TimeWise® Pflegeserie von Mary Kay sind perfekt aufeinander abgestimmt und sorgen für straffe, frische Haut – ganz im Einklang mit individuellen Bedürfnissen.



Trotz ausreichend Schlaf, ausgewogener Ernährung und bewussten Sonnenbadens zeigen sich die Zeichen der Zeit an der Haut. Bereits ab Mitte 20 beginnt der Körper, die hauteigene Lipidproduktion zu reduzieren und der natürliche Alterungsprozess beginnt. Deshalb ist es wichtig, die Haut mit der passenden Pflege zu unterstützen – schon frühzeitig und regelmäßig! Besonders die Augenpartie braucht sorgfältige Behandlung, da hier die Haut sehr dünn und schutzbedürftig ist.

Die speziell entwickelte TimeWise® Anti-Aging Pflegeserie von Mary Kay versorgt die Haut mit einer Extraportion Feuchtigkeit und revitalisiert die Zellen. Alle Produkte sind aufeinander abgestimmt und können Linien und Fältchen effektiv entgegen wirken. Zielgerichtete Pflegeprodukte helfen bei dunklen Flecken und unebenmäßigem Hautton, regen die Collagenproduktion an und verbessern die Hautelastizität. Mary Kay setzt auf ein vielversprechendes Prinzip: Selbstständige Beauty-Consultants nehmen sich Zeit und kommen

zu ihren Kundinnen oder Kunden nach Hause und beraten dort individuell. So können die Produkte in vertrauter Umgebung nach Herzenslust ausprobiert werden – gemeinsam mit den besten Freundinnen, den Nachbarinnen oder netten Kolleginnen. Denn zusammen shoppen macht doch am meisten Spaß. Ein weiteres Plus ist die Umtauschgarantie: Alle Produkte können jederzeit umgetauscht oder zurückgegeben werden. Die Schönheits-Consultants in unmittelbarer Nähe findet man unter [www.marykay.de](http://www.marykay.de) über die PLZ-Suche. So kommt die Beautyparty direkt nach Hause.

Das Time Wise® „Wunder-Set“ als Bestseller kombiniert Reinigung, Pflege und Anti-Aging. Die tägliche Gesichtspflege ist damit optimal abgedeckt. Und das sogar auf Reisen: Die handlichen Probiergrößen passen selbst ins kleinste Gepäckstück und erfüllen die Handgepäck-Bestimmungen der europäischen Flugsicherung. Mehr Platz im Koffer, mehr Freiheit beim Packen! Das Set ist sowohl für normale bis trockene Haut, als auch für Mischhaut bis fettige Haut erhältlich.

### Mary Kay Deutschland

Mary Kay ist eines der größten Direktvertriebsunternehmen mit einem jährlichen Umsatz von über 2,5 Milliarden US-Dollar. Das Unternehmen wurde 1963 von Mary Kay Ash gegründet, um Frauen dabei zu helfen, persönliches Wachstum und finanziellen Erfolg zu erlangen. So hat sich Mary Kay auch heute dem Ziel verschrieben, das Leben von Frauen zu bereichern.



# ABHEBEN

Wellness-Trip. Die Whirlpool-Kapsel der „Liberty of the Seas“ thront über dem mediterranen Kosmos. Operetten-Meer.

# RAUMSTATION SEHNSUCHT

Italienische Reise. Nizza, Pisa, Rom, Capri, Neapel und zurück: Eine Mittelmeer-Rundfahrt mit dem Hollywood-Kreuzfahrtschiff „Liberty of the Seas“ huldigt Kultur-Metropolen und bietet Erlebnis-Lifestyle an Bord.

Plus: Shakira-City, die Pop-Hafenstadt Barcelona.

Von Wolfgang Timpe (Text und Fotos)

# ABTAUCHEN

Lifestyle-Segel. In den Lounges und Designwelten des „W“-Hotels am Strand von Barça tummeln sich Popstars und Konferenz-Normalos. Hip-Hop-Living.

# ANKOMMEN

**Mythen-Leben.** Wenn Guide Giovanni auf Capri seine Gäste sehr italienisch verführt, fliegen alle Herzen zur malerischen Isola im Golf von Neapel. Up-to-date-Romantik.



**D**on't stress. No panic!“, ruft Guide Giovanni engagiert der kleinen Besucherschar seiner Reisegruppe Nummer elf zu. „If you get lost, don't escape!“ Spätestens jetzt schmunzeln alle Teilnehmer in sich hinein und strahlen zufriedene Gelassenheit aus. Die Sonne lacht vom azurblauen Mittelmeer-Himmel. Vergessen die unruhige, knapp einstündige Überfahrt von unserem schwimmenden Hotel, der „Liberty of the Seas“ im Hafen von Neapel. Vergessen, dass die untergründig stampfende See auch Unempfindlichen das Grummeln in der Magengegend spüren ließ. See-Leben halt. Für die kommenden acht Stunden haben wir uns in die Hände des 55-jährigen gebürtigen Sorrentiners Giovanni Acanfora begeben. Glücksgriff. Der smarte Storyteller belohnt uns mit einem Eintauchen in das Mythen-Leben des ewigen Mannas aus Frühling, Sommer, Orangen und Zitronen: Capri. Der Inbegriff italienischen Stils und mediterraner Lebensart und neben Portofino das Sehnsuchtsymbol malerischen Italienurlaubs am Meer. Wenn Guide Giovanni seine Gäste sehr italienisch mit sehr sorrentinischen Charme verführt, fliegen alle Herzen der hinreißenden Isola im Golf von Neapel zu. „Ich erzähle von den Empfindungen der Menschen, der Geschichte der Leute auf Capri und den berühmten Besuchern, den Blumen, der Atmosphäre und der Lebenskultur“, verrät Giovanni sein Erfolgsrezept – plus Wasser, Wasser, Wasser: Capri – Insel des Lächelns und des Lichts. Die Perle der 50er Jahre ist nicht nur Retro-Chic, sondern verzaubernde Up-to-date-Romantik. Capri. Einfach ankommen.

Cut. Einchecken. Der mediterrane Sonnenuntergang leuchtet in den kupferfarbenen Wänden der Flure, senkrechte warme Neonleuchten verleihen der Flucht des Blicks Feng-Shui-Gefühle und am Ende des Gangs versinkt der Flurhorizont im 27. Stock direkt in

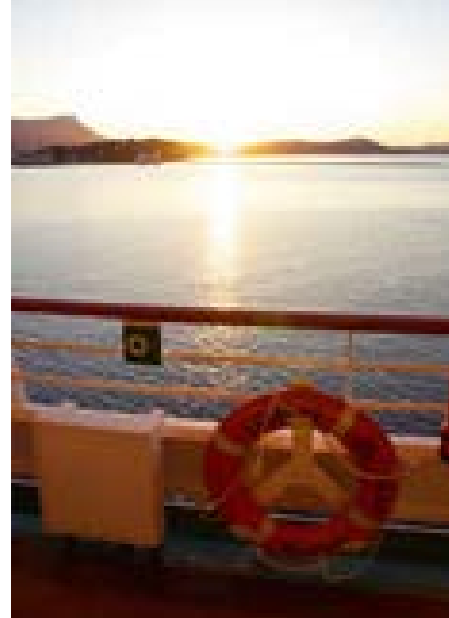
## Pracht-Panorama

Aussicht von der Zypressenallee des Museums Villa San Michele – hoch oben im Ort Anacapri – auf den Hafen von Capri: Ein tiefer Blick sorgt für erhabene Gefühle.



### Gala-Atmosphäre

Kronleuchter-Parade im Dinner-Saal der „Liberty of the Seas“, Sonnenaufgang am Ankerplatz Villefranche-sur-Mer: Indoor-Glanz, Outdoor-Emotion.



### Kuschel-Kajüte

Zweibett-Kabine außen mit Chaiselongue, XXL-Bullauge zum Mittelmeer und stilvoller Rund-um-Roomservice: schlafen wie in Poseidons Schoß.

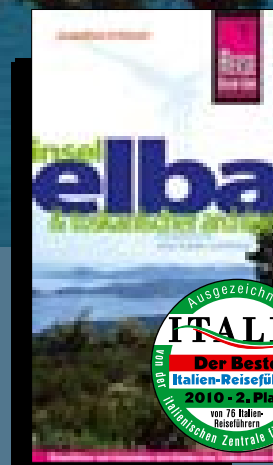
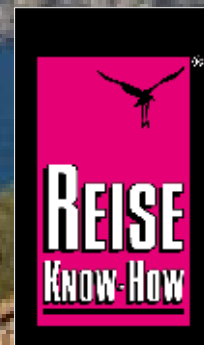
den Wellen des Mittelmeers. Die Seele liegt entspannt auf dem schneeweißen Kingsize-Bett und über den Zehenspitzen der ausgestreckten Beine ziehen in den bodentiefen Panoramafenstern die Segelschiffe und Kreuzfahrtriesen vorüber und erzeugen mit ihren Schaumkronen-Spuren im tiefblauen Meer mediterranes Fernweh. Designte Innen-Aussichten eines Starhotels, das auch von außen glänzt. Eine einzigartige Einstimmung für eine siebentägige Rund-Kreuzfahrt im westlichen Mittelmeer, die morgen starten wird. Gemach, mañana. Heute: Placa de la Rosa dels Vents, 1. Das Zuhause des Luxus-hotels „W Barcelona“ am Ende des langen Sandstrandes der katalanischen Hafenmetropole.

**M**ajestätisch schiebt sich das aquamarinblaue, verspiegelte überdimensionale Großsegel in den wolkenlosen Himmel über Barcelona. Eine architektonische Designoper aus viel Glas und gutem Geschmack. „Wir konzentrieren uns auf die Leidenschaft der Marke ‚W‘ für Musik, Mode und Design, um deren Markenkern zu vermitteln. Das zieht nicht nur Hotelgäste, sondern auch Ortsansässige an und hat das W Bar-

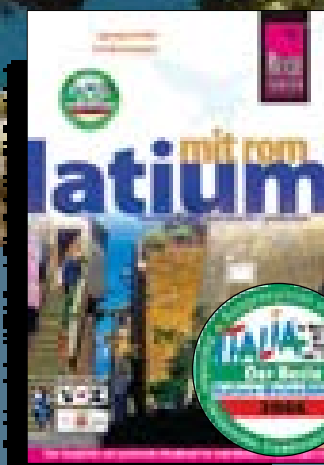
celona zum Lifestyle-Symbol des Reiseziels Barcelona gemacht“, erzählt lässig der W-Barcelona-Hoteldirektor Richard Brekelmans (siehe Interview S. 65). Eine Logis-Faszination, der auch Popstars wie Shakira verfallen, die drei Monate im Jahr hier lebt, Lebensgefährtin des spanischen Weltmeister-Fußballer Gerard Piqué ist, und am hoteleigenen Strand ihr Musikvideo „Loca“ gedreht hat. Wenn die lateinamerikanischen Rhythmen der wippenden Hüfthexe die trendigen Lounge-Fluchten und die lackschwarze Hausbar erobern, dann tummeln sich Fashion- und Szenepeople ebenso am Pool wie Konferenz-Normalos und einfache Reisegäste. Hotel W Barcelona – einfach abtauchen. Hip-Hop-Living im Lifestyle-Segel.

**Cut.** Leinen los. Langsam verschwindet am Horizont im die-sigen Sonnenlicht die Stadtsilhouette von Barcelona. Mächtig schieben die jeweils 4500 PS der vier Rolls-Royce-Motoren das weiße Dickschiff mit seinen 338,9 Metern Länge durch die ruhige See. Newcomer checken ein und unternehmen erste Erkundungsgänge auf den 15 Decks dieser schwimmenden Großstadt. Erstes Tagesziel des größten Kreuzfahrtschiffes im Mittelmeer ist Toulon mit seinem duftenden Lavendel-Hin-

## Ausgezeichnete Italien-Reiseführer von REISE KNOW-HOW

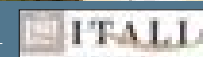


432 Seiten  
14,90 Euro [D]



588 Seiten  
19,90 Euro [D]

Ausgezeichnet von der ENIT.  
Italienische Zentrale für Tourismus.



- Alle praktischen Reisefragen vor und während der Reise von A bis Z
- Ausführliche Kapitel zu Natur, Geschichte, Kunst und Kultur
- Sorgfältige Beschreibung aller sehenswerten Orte und Landschaften
- Die schönsten Strände, Buchten und Tauchreviere
- Unterkünfte-Empfehlungen für jeden Geldbeutel: Hotels, Pensionen
- Kulinarische Tipps: die ganze Vielfalt der kampanischen Küche
- Alle Transportmittel: Flugzeug, Bahn, Bus, Auto, Mietwagen, Fähren, Strandboote
- Unterhaltsame Exkurse zu landesspezifischen Themen
- Kleine Sprachhilfe

5. Auflage 2011 | 612 Seiten | 25,00 Euro [D]



540 Seiten  
22,50 Euro [D]



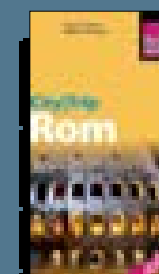
528 Seiten  
22,50 Euro [D]



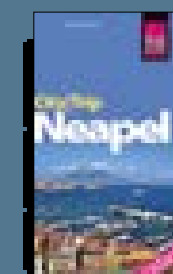
504 Seiten  
22,50 Euro [D]



432 Seiten  
19,50 Euro [D]



144 Seiten  
9,80 Euro [D]



144 Seiten  
9,80 Euro [D]

## Entertainment-Kreuzfahrt-Hotel

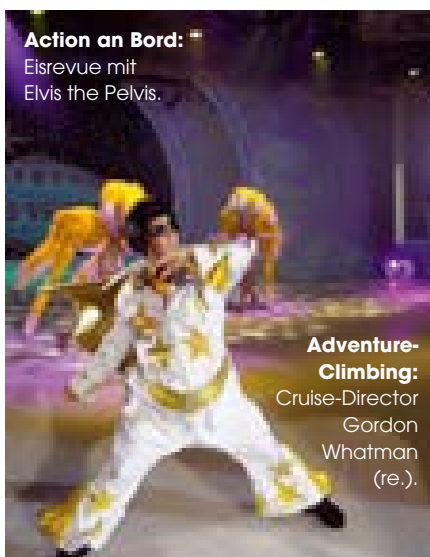
### „Liberty of the Seas“:

Mit dem Shuttleboot nach Nizza oder Saint-Jean-Cap-Ferrat übersetzen und südfranzösisches Savoir-Vivre genießen.



terland, der Provence. Italienische Rundreise nicht mehr wie weiland Goethe per pedes, sondern exklusiv mit Unterstützung des schwimmenden Grand-hotels „Liberty of the Seas“. Barcelona – Toulon/Provence – Nizza/Villefranche-sur-Mer/Monaco – Livorno/Pisa/Florenz – Civitavecchia/Rom – Neapel/Capri – Barcelona: Was für Namen, was für ein Klang. Die Tourplaner von Royal Caribbean International vermählen die Kultur- und Lifestyle-Hotspots an Frankreichs und Italiens Küste mit dem Hollywood-Erlebnispark „Liberty of the Seas“. Jahrelang trainierte Kreuzfahrtprofis entspannen schon direkt nach Ablegen leger im Whirlpool-Ufo, in der Panorama-Glaskapsel freischwebend rund 40 Meter hoch über dem Meeresspiegel, während das spanische Festland in immer weitere Ferne rückt. Liberty of the Seas – einfach abheben. Raumstation Sehnsucht.

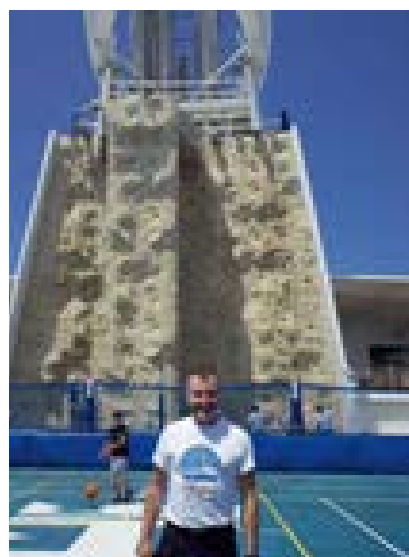
**O**b nun spaciges Kreuzfahrt-Feeling mit der „Liberty of the Seas“, Design-Leben im Hotel-Luxusliner W Barcelona oder geführte Capri-Kunst für Tagestouristen: Der Mix macht die Erholung und die kleinen edlen Fundstücke dieser Rundreise aus. Der orangefarbene Kleinbus zuckelt gemütlich die Serpentin hoch, vorbei an hell strahlenden Hausfasaden und gemütlichen Orangen- und Zitronengärten sowie einer farblich explodierenden Flora. Die sogenannten Landgänger, die den Capri-Ausflug auf der „Liberty“ gebucht haben, schlängeln sich nach oben in das pittoreske Bergdorf Anacapri mit dem schönen auf einer Fels Spitze gelegenen Museum Villa San Michele des schwedischen Arztes Dr. Axel Munthe. „Please, looki look in the window“, lacht Guide Giovanni auf dem Weg dorthin über sich selber und seine Sprachverhöhnepielung. Denn eins kann er: einwandfrei deutsch, französisch und englisch sprechen. Doch dem 55-Jährigen aus Pompeji ist wichtig, den Fremdenführer-Job vor allem leger zu interpretieren. er sieht sich als Gute-Laune-Italiener, der den Besuchern eine schöne Capri-Zeit inszenieren möchte. „Seit meiner Kindheit, als ich die



#### Action an Bord:

Eisrevue mit  
Elvis the Pelvis.

**Adventure-  
Climbing:**  
Cruise-Director  
Gordon  
Whatman  
(re.).



## LIVING & CRUISE

### Hotel „W Barcelona“

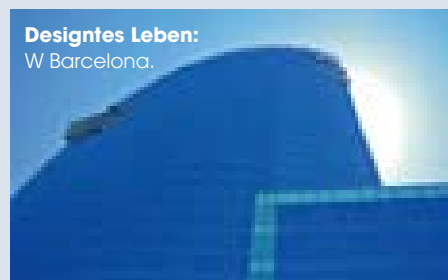
Wer voran geht, zeigt Flagge. Das W Barcelona ist der Leuchtturm der W-Hotels der Hotelgesellschaft Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. Der Szenespot W Barcelona zieht Fashion-people, Honeymooner und Tagungsgäste an, die das einzigartige Lifestyle-Haus am Strand lieben. „Design macht unseren Erfolg“, sagt W-Barcelona-Chef Richard Brekelmans (s. Interview S. 65). Toptipp: Tennisplatz im 21. Stock. **Placa de la Rosa dels Vents, 1**  
**Final Passeig de Joan de Borbo**  
**08039 Barcelona; T. +34 93 295 28 00**  
**www.starwoodhotels.com/whotels**

### Kreuzfahrtschiff „Liberty of the Seas“

Exklusive 7-tägige Kreuzfahrt: Barcelona – Toulon/Provence – Nizza/Villefranche/Monaco – Livorno/Florenz/Pisa – Civitavecchia/Rom – Neapel/Capri – Seetage – Barcelona. All-Inclusive-Preise pro Person am 10., 17., 24.09. und am 15.10.2011 ab 499 Euro Innenkabine bis 1.898 Euro Suite. Enthalten sind alle Mahlzeiten inkl. Softgetränke, Entertainment- und Kinderprogramme sowie Kabinenservice von 5:00 bis 24:00 Uhr. **Royal Caribbean Cruise Line A/S**  
**Lyoner Str. 20, 60528 Frankfurt/Main**  
**T. +49 (0)69 92 00 71-55**  
**www.royalcaribbean.de**



**Designes Leben:**  
W Barcelona.



So günstig war Gold noch nie.

**IM gold<sup>by</sup>FTI<sup>★</sup> «NAHELIEGEND» FINDEN  
SIE DIE BESTEN LUXUSHOTELS UND RESORTS  
IN EUROPA**

Das Gold-Serviceteam freut sich auf Sie:

089-2525 1099 (Mo-Fr 9.00-19.00 Uhr)

Email: [gold@fti.de](mailto:gold@fti.de) oder direkt im Reisebüro

[www.goldbyfti.de](http://www.goldbyfti.de)

**gold<sup>by</sup>FTI<sup>★</sup>**

Besucher durch die Ausgrabungen von Pompeji führte, liebe ich Touristen“, sagt der Capri-Kümmerer, der sich damals schon Schokolade und zusätzliches Taschengeld verdiente. Klar, er kann auf die kleinen eingebauten PR-Hinweise von Limoncello-Läden, Leder-Boutiquen oder lokalen Kunstgewerbler in seiner Führung durch Anacapri nicht verzichten. „Die Menschen müssen doch auch von etwas leben“, schmunzelt er (siehe Kasten unten). Hinweisen ja, aber nicht plump anpreisen. Auf Giovanni-Art eben. Und das mit dem Verdienen klappt, schwärmen doch täglich rund 20.000 Besucher auf dem Insel-Kleinod Capri aus – und sind abends ab 18 Uhr wie nach einem Spuk wieder verschwunden. „Kommen Sie wieder und übernachten auf Capri“, flüstert Giovanni, „Sie kommen regelmäßig, weil die blaue Stunde nirgendwo so einzigartig ist wie hier.“ Steht überall und glaubt man doch sofort. Denn wie Capri die Tagesbesucher in seine kleinstädtisch-ländliche Idylle integriert, überzeugt Capri-Massentourismus-Skeptiker. Okay Giovanni, wir kommen wieder. Apropos. Wie die Kleidung, so der Mann: lässiger Strohhut, blaue Klappbrille, violette Fliege, großes Karomuster-Sakko und immer eins: gute Laune.

„Ich bin glücklich, wenn ich die Menschen entresse“, sagt Giovanni und ratscht und tratscht auf der Rückfahrt mit der Fähre nach Neapel gesten- und wortreich mit seinem Guide-Kollegen Shiro, der Japaner betreut. Sie lachen viel und herz-

lich: über das Leben und, na klar, über die heutigen Tagesgäste. Aber sie lachen sie nicht aus („nirgendwo lerne ich so viele unterschiedliche Menschen kennen wie als Reiseführer“). After-Work-Balance. Ciao Giovanni, Arrivederci.

Cut. Im Bauch der Liberty. Aus den Hightech-Boxen röhren Janis Joplin und Mick Jagger ihre Kultsongs der 70er Jahre und zum Stones-Evergreen „Satisfaction“ rasen die Schlittschuh-Profis besser und weniger kitschig als bei Holiday on Ice über das gefrorene Parkett. „Rock On Ice“ heißt die Kufenoper, die in allerfeinster Hollywood-Manier durch die Musik-trends der vergangenen Jahrzehnte steppt, tanzt, gleitet und rockt. It's Entertainment – auf Deck 3, Studio B, mitten auf dem Mittelmeer. Als Kreuzfahrer auf einem amerikanisch geprägten Vergnügungsdampfer erwartet man vieles, aber nicht ein Eisstadion an Bord, in dem Elvis the Pelvis seinen weiß-gold ausgestaffierten Astralkörper über die Eisfläche rock'n'rollt. Vergessen die unvermeidliche Dauerberieselungsmusik auf

den Sonnendecks, das ewige Klick-Klack-Klack in den Automaten-salons der Las-Vegas-Rooms oder die Sonderangebote für Schmuck, Parfum & Co. in der zentralen Shoppingmall. Es ist, was es ist: Die „Liberty of the Seas“ ist eine Mischung aus Las Vegas, New York, Nizza, Rom und modernen Adventure-Parks für Jugendliche und junge Erwachsene. Ob man nun beim Surfen im „Flowrider“-Wasserkanal seine Surfgeschicklichkeit erhärtet oder in der steilen Climbing-Wall am Schiffsschornstein seinen Klettermut austestet: Der Eventdampfer



**After-Work-Balance:** „Ich bin glücklich, wenn ich Menschen entresse“ – Capri-Guides Giovanni und Shiro auf der Heimfahrt.

## DOLCE GUIDA: REISEFÜHRER GIOVANNI

„Jeden Tag sehe ich neue Gesichter und lerne neue Sprachformulierungen“, freut sich Guide Giovanni Acanfora über seinen Fremdenführer-Job auf Capri. „Es macht mich eben besonders zufrieden, wenn ich müde Reisemensen wieder munter mache. Außerdem ist Fröhlichkeit mein Naturell. Ich hatte eine glückliche Kindheit.“ Der 55-Jährige übt das Führen von Fremden nun schon seit fast 50 Jahren von Kindheit an. „Ja“, gibt er zu, „es macht noch genau so viel Spaß wie früher.“ Aber die 80er Jahre waren die reine Goldgrube“, erinnert er sich und strahlt. Die Menschen reisten seltener und waren großzügiger. „Heute“, sagt Giovanni, „reisen die Menschen mehrmals im Jahr und zahlen wenig Trinkgeld – auch weil sich hier auf Capri in den letzten zehn Jahren die Preise verdoppelt haben. Das ist gut für den Tourismus, aber schlecht für meinen Gewinn.“ Doch das kann den Sohn eines Textilhändlers – seine zwei Brüder führen das Familiengeschäft nahe Sorrent – nicht erschüttern. „Ich war immer unterwegs und habe mich nicht anbinden lassen. Reisen ist doch das schönste Leben der Welt.“ Stimmt. Ciao, Bello. Arrivederci, Giovanni.

PRIVATE FÜHRUNGEN, GIOVANNI: T. +39 081 856 10 68



## Entdecken Sie die Vielfalt italienischen Kaffees



**Patentiertes Cappuccino-System:** Auf Tastendruck bereiten Sie automatisch Cappuccino, Latte Macchiato oder Milchkaffee zu.



**Sensortaste:** Einfachste Bedienung über Sensortasten auf dem schräg gestellten, sehr gut einsehbaren Display.



**Clean-Taste:** Für eine automatische Reinigung per Knopfdruck der Milchschaumleitungen im herausnehmbaren Milchbehälter.

## PrimaDonna S von De'Longhi

Espresso, Cappuccino, Latte Macchiato, Caffè Latte und Kaffee – so edel und einfach wie nie.

Wo weniger mehr ist! Überraschen Sie Milchschaumgenießer und Kaffeekünstler mit dem kleinsten Kaffeevollautomaten mit patentiertem De'Longhi Cappuccino-System. Das Gehäuse des neuen kompakten, vielseitigen Kaffeevollautomaten ist vollständig aus Metall gefertigt. Die PrimaDonna S von De'Longhi merkt sich Ihren individuellen Lieblingskaffee, schäumt vollautomatisch Milch auf, lässt sich extrem leicht reinigen und spart dabei noch jede Menge Energiekosten. Für höheren Bedienungskomfort sorgt das neue, schräg gestellte und damit auch leichter lesbare Display. Entdecken Sie mit De'Longhi neue Kaffeedimensionen.



Weitere Informationen: [info@delonghi.de](mailto:info@delonghi.de) · [www.delonghi.de](http://www.delonghi.de)  
0180 5 225521 (0,14 EUR/Minute aus dem Festnetz; maximal 0,42 EUR/Minute aus den Mobilfunknetzen)

**Sunset-Boulevard  
auf dem Mittelmeer:**  
Sich vom Whirlpool aus der  
Romanze „Eat Pray Love“  
lässig hingeben.



„Liberty of the Seas“ erfüllt Entertainment-Wünsche der fiten 40-Plus-Generation und ihrer Kinder. Liberty of the Adventures – einfach eintauchen. Erlebnispark Kreuzfahrt.

Zahlen erzählen Geschichten. Bei voller Belegung tummeln sich 1.400 Crewmitglieder aus 65 Ländern und 4.328 Gäste vorwiegend aus den USA, United Kingdom und Europa an Bord. Sie verzehren 18.000 Pizzastücke und 69.000 Steaks pro Woche und benötigen für ihre Softdrinks 29,4 Kilogramm Eis pro Tag. Für Cruise-Director Gordon Whatman kein Thema: „Ich bin ein geborener Organisator“, lacht der 57-jährige muskelgestählte Event- und Entertainmentchef an Bord. Für ihn ist der „unglaubliche Erfolg“ dieser Wochen-Cruise auch dem „Sexappeal der populären Destinationen wie Rom oder Florenz, Nizza oder Monaco“ geschuldet. „Es war ein Traum, eine Leidenschaft. Jetzt passiert es. It happens.“ Und warum alle – auch die jüngeren Mitreisenden – immer noch vor allem den Kapitän auf der Brücke besuchen? „Wir Kapitäne leben immer noch vom Piratenimage, von der Autorität von Kapitän William Bligh auf der ‚Bounty‘ oder Jack Sparrow alias Johnny Depp in ‚Fluch der Karibik‘“, lächelt Captain Kjetil Gjerstad. Der graumelierte Schiffsboss arbeitet im Team, aber ein „Kapitän an Bord wird wie ein Präsident an Land empfunden“, sagt er und schiebt nach: „Keine Sorge, ich bin nicht eitel, das ist nur unsere Rolle.“ Tja, Traumschiff-Magie. Menschen wünschen sich halt einen liebevollen und verantwortungsbewussten Leader. Gesellschaft auf See.

Ob nun Guide Giovanni auf Capri, Barkeeper Moses im W Barcelona oder Stateroom Attendant Keith auf der „Liberty of

## CAPRI & CO.

**Museum Villa San Michele**  
Feng-Shui-Atmosphäre, Gartenlandschaften und italienische Lebenskunst. Die Villa des schwedischen Arztes Dr. Axel Munthe ist ein relaxter Kulturtempel, der neben vielen historischen Dokumenten bürgerlichen Insellebens eine faszinierende Flora- und Fauna-Vielfalt präsentiert. Eine spektakuläre Zypressenallee führt zum hoch oben gelegenen äußersten Felsvorsprung des Bergortes Anacapri – bevölkert von antiken Skulpturen und mit einem atemberaubenden Blick auf den tief unten liegenden Hafen mit seinen Fähren und Fischerbooten. Ein atmosphärisches und kulturelles Wellness-Juwel. Ein Capri-Must.  
**Viale Axel Munthe, 34  
80071 Anacapri (Na)  
T. +39 081 837 14 01  
www.villasanmichele.eu**

**Hotel La Palma**  
Das erstklassige Haus ist die Erfindung mediterraner Logisatmosphäre, klassisch an den Hang gebaut, strahlend weiß mit überbordendem Grün und orange-gelben Zitrusstönen. Schwelgerisches schlafen und elegant-hässig an der Hausbar wegräumen.  
**Via Vittorio Emanuele, 39  
80073 Capri (Na)**

**T. 39 081 837 01 33  
www.lapalma-capri.com**

**Hotel La Residenza**  
Lage, Lage, Lage. Vom großzügigen Pool des geschmackvollen Retro-70er-Jahre-Hauses blickt man aufs Markenzeichen: die Capri-Felsen im Meer. Einfache, sehr gute Küche; schneeweiße helle Bar zum Sitzenbleiben. Sonntags Indoor-Flair mit Original-Bodenkacheln. Capri pur.  
**Via F. Sereno, 22  
80073 Capri (Na)  
T. +39 081 837 08 33  
www.laresidenzacapri.com**

**Café Zum Kater Hiddgeigei**  
Einkehren! Historisches Literaten-Café, stillvoll modernisiert. Ein Traum – Kaffee und Ort.  
**Via Vittorio Emanuele 27/29**



HOTLINE FÜR RESERVIERUNGEN:  
**T: 0180 - 5 23 22 22\***  
**www.sixt.de**  
\*0,14 /min. im deutschen Festnetz



Airberlin fliegt tägl. von dtsch. Metropolen nach Barcelona.  
**www.airberlin.de**



*Hanseatisches Wein & Sekt Kontor*

# Primitivo: Italiens N°1

Nur für kurze Zeit!

**JETZT NEU:**  
Ausgewählte  
Weine für  
GoSixt-Leser!

»Apulien: Das  
unbegrenzte Po-  
tenzial des Südens«

David Lynch  
Vino Italiano 2005

»Die Region bringt  
ausgezeichnete  
Weine zu maßvol-  
len Preisen hervor«

Hugh Johnson 2009

2010er  
**Gran Sasso  
Primitivo**  
Puglia I.G.T.  
Feudi di San Marzano  
Italien

Ein begeisternder Wein, erzeugt aus dem Star Südtaliens, dem Primitivo. Absolut überzeugend in seiner an reife Kirschen und Pflaumen erinnernden Frucht und seinem schmeichelnden Charakter. Saftig und harmonisch mit der Frische und Power eines jungen Rotweins.

**Einzelpreis pro Flasche € 5,90 (1L € 7,87)**

**10 Flaschen + Spiegelau-Dekanter**  
im Probierpaket statt € ~~73,90~~ nur € **49,-**

Zusammen mit **10** Flaschen Gran Sasso Primitivo erhalten Sie einen edlen Dekanter von Spiegelau!



Der praktische Dekanter aus der Casual-Serie der berühmten Kristallglas-Manufaktur Spiegelau ist modern und formschön designt.  
**Volumen: 1,4 Liter, Ladenverkaufspreis: € 14,90**

**ICH BESTELLE JETZT**  
OHNE RISIKO\*  
beim Hanseatischen Wein & Sekt Kontor

**Ja, bitte senden Sie mir versandkostenfrei:**  
(Maximal 3 Pakete pro Kunde und nur solange der Vorrat reicht!)

**Probierpaket(e) mit 10 Flaschen**  
inkl. Spiegelau-Dekanter  
Art.Nr. 687 234 statt € ~~73,90~~ nur € **49,-**  
**Gratis!** Bitte senden Sie mir den aktuellen großen Wein-Katalog gratis!

|                          |                                  |
|--------------------------|----------------------------------|
| NAME                     |                                  |
| VORNAME                  |                                  |
| STRASSE/HAUS-NR.         |                                  |
| PLZ/ORT                  | **GEB.-DATUM                     |
| TELEFON (FÜR RÜCKFRAGEN) | VORTEILSNUMMER<br><b>1026609</b> |

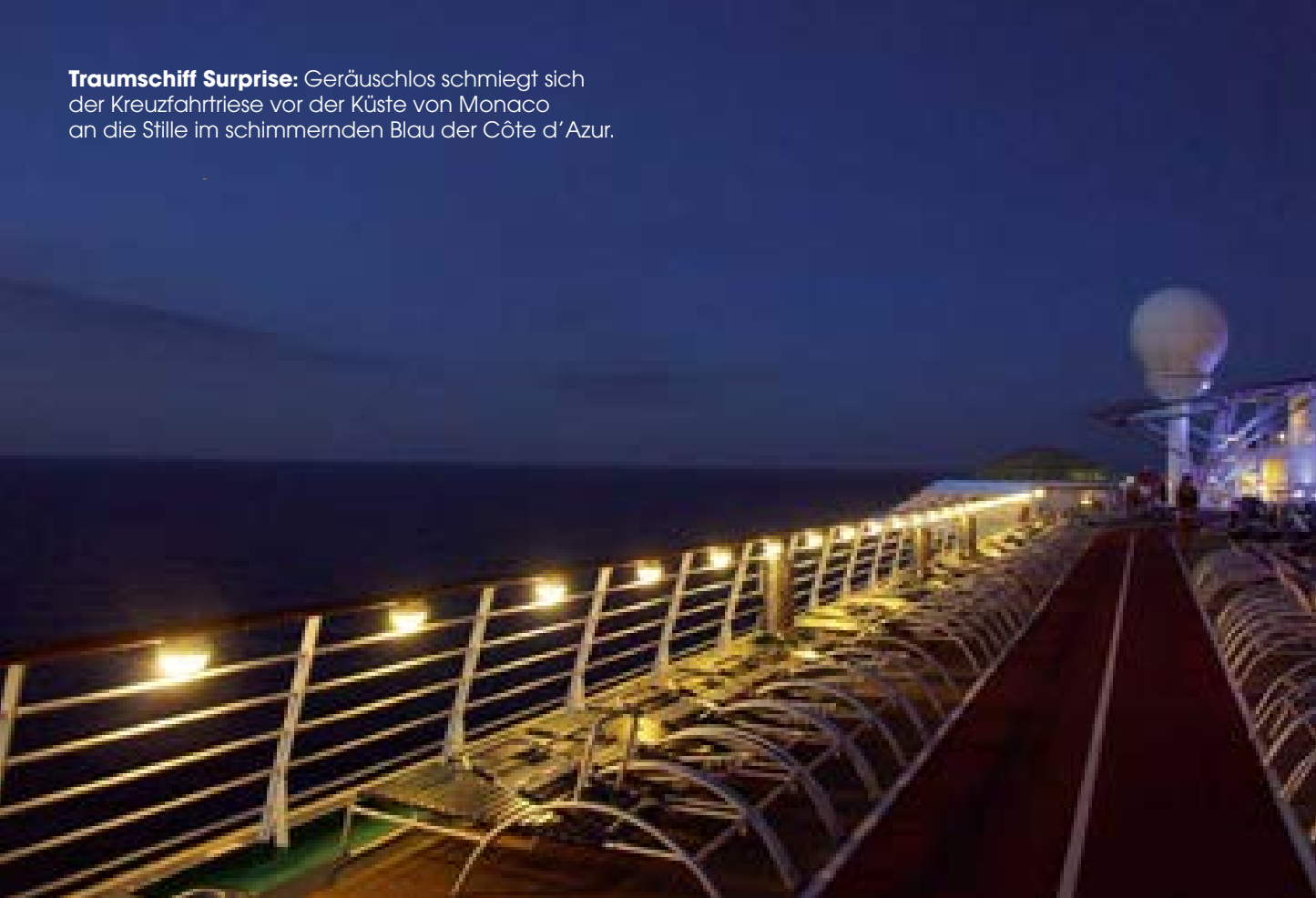
Ausführliche Hinweise zum DATENSCHUTZ siehe unten.  
Es handelt sich um Flaschen von 0,75 Liter Inhalt.  
Bitte ausfüllen und senden an:  
Hanseatisches Wein- und Sekt-Kontor • Hawesko GmbH  
Hamburger Straße 14-20 • 25436 Tornesch

**JETZT BESTELLEN:**  
Tel 0 4122 - 50 44 33  
Fax 0 4122 - 50 44 77

Wir nehmen den **Datenschutz** im Sinne unserer Kunden sehr ernst: Hawesko und eventuell beauftragte Dienstleister (z. B. Briefauflieferer/Speditionen) verwenden die im Rahmen des Bestellvorgangs erhobenen Daten für die Abwicklung der Bestellung. Name und Anschrift des Bestellers sowie die Angaben zu den bestellten Artikeln werden von Hawesko zur Analyse für Werbezwecke sowie zur schriftlichen Information über weitere Angebote von Hawesko – aber auch anderer Unternehmen – verwendet (Werbung). Zudem übermitteln wir Name und Anschrift an die Carl Tesdorpf GmbH für schriftliche Werbezwecke. Ihr Geburtsdatum benötigen wir, weil wir an **Jugendliche keinerlei alkoholische Getränke liefern**. E-Mail-Adresse und Telefonnummer verwenden wir mit Ihrer ausdrücklichen Einwilligung für werbliche Zwecke oder wenn folgende Ausnahmen vorliegen: Erhalten wir Ihre E-Mail-Adresse im Zusammenhang mit dem Verkauf von Waren, verwenden wir die E-Mail-Adresse zur Bewerbung eigener ähnlicher Produkte. Im gewerblichen Bereich verwenden wir die Telefonnummer auch bei einer mutmaßlichen Einwilligung für Werbezwecke. Sie können einer Verarbeitung oder Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung widersprechen. Schreiben Sie hierzu an unsere Postadresse, oder schicken Sie uns eine E-Mail an [datenschutz@hawesko.de](mailto:datenschutz@hawesko.de). Zur Prüfung von Adresse und Bonität bei Ihrem Erstauftrag (oder nach längerer Nichtbestellung) erhalten wir von Auskunfteien die zu Ihrer Person gespeicherten Adress- und Bonitätsdaten, einschließlich solcher, die auf Basis von mathematisch-statistischen Verfahren (Scoring) ermittelt werden. Bei der Berechnung dieses Wahrscheinlichkeitswertes wird auch Ihre Anschrift berücksichtigt. \***Rückgabe-Garantie:** Sie können die unangebrochene Ware innerhalb von 12 Wochen nach Lieferung kommentarlos zurückgeben. Anruf genügt. **Lieferbedingungen:** Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer. Nach Lieferung erhalten Sie eine Rechnung, mit deren Ausgleich Sie sich 20 Tage Zeit lassen können. Für Lieferungen ins Ausland gelten besondere Bedingungen. Bitte rufen Sie uns an. **\*\*Jugendschutzgesetz:** Entsprechend dem Jugendschutzgesetz liefern wir nur an Personen ab dem vollendeten 18. Lebensjahr.

**www.hawesko.de/sixt**

**Traumschiff Surprise:** Geräuschlos schmiegt sich der Kreuzfahrtriese vor der Küste von Monaco an die Stille im schimmernden Blau der Côte d'Azur.



**„Sea by day, sea by night“:**  
Barkeeper Moses Sy mit Champagner-Sangria im W Barcelona.

the Seas“: Der Mensch macht den Unterschied. Dass allerdings die Highlights dieser Cruisetour nicht nur die Kultur- und Location-Spots der italienisch-französischen Art bescherten, sondern auch die Menschen bei aller Serviceorientierung Savoir-Vivre, Leichtigkeit, Humor und Souveränität ausstrahlten, brennt die Reise im westlichen Mittelmeer auf die menschliche Festplatte. Was wäre Capri ohne den Charme der violetten Turbofliege von Giovanni Acanfora, was das coole Designleben im W Barcelona ohne den kosmopolitischen Plauderer Moses Sy und was das Lodgingerlebnis in der Kuschel-Kajüte ohne die selbstgemachten „Shrek“-Handtuchskulpturen von Keith Neptune? Halt nur eine Reise. Mit ihnen allen war das Cruisen auf See und an Land ein Erlebnis. Persönlichkeiten nähren das Feuer der Erinnerung – nicht das Design.

**B**arcelona, Toulon, Nizza, Pisa, Florenz, Rom, Neapel, Capri und zurück. Die siebentägige Kultur-Tour der „Liberty of the Seas“ ist eine italienische Soirée an die Orte des Guten, Schönen, Wahren – das Beste, was Good Old Europe an mediterranen Lifestyle-Metropolen, Kunst-Stätten und Kult-Orten zu bieten hat. Und es ist eine Entertainment-Tour für Honeymooner, Hollywood-Fans und Las-Vegas-Hyper sowie Eisrevue-Rocker – das Hipste, was die Cruiselinier von Royal Caribbean International aufs Mittelmeer zaubern. Ob man sich nun den Seetag oder den Ausflugsabend im Hafen auf dem Eventdeck mit Cinemascope-Liebesschnulzen wie „Eat Pray Love“ mit Julia Roberts und Javier Bardem vertreibt oder als Freerider im Rafting-Wasserparadies „Flowrider“ surft; ob man in der Schlittschuh-Revue „Rock On Ice“ mit Elvis the Pelvis auf Kufen abrockt oder sich auf dem obersten Deck zurückzieht; oder den Blick von sanften Wellen lenken lässt und in der Däm-



NORDAMERIKA | KARIBIK | MITTELMEER | SÜDPAZIFIK | INDISCHER OZEAN | SÜDOSTASIEN

### IHR UNVERGESSLICHER URLAUB - UNSER EXKLUSIVER SERVICE!

Stellen Sie sich vor, Sie gleiten mit Ihrer eigenen privaten Yacht durch das Mittelmeer und entdecken schöne Strände, lebhaft Urlaubsorte, ruhige Fischerdörfer, versteckte Ankerplätze und fantastische mediterrane Küche. Bei Bedarf stehen Ihnen ein Skipper, ein Koch und eine Hostess zur Verfügung, so dass Sie nur noch eines machen müssen - sich erholen und die wunderschöne Umgebung genießen! Dieser Traum kann für Sie Wirklichkeit werden - mit einer Moorings Yacht- oder Kabinencharter. Überzeugen Sie sich selbst von unserer modernen Charterflotte in den schönsten Segelrevieren weltweit. Seit mehr als 40 Jahren organisieren wir Ihnen den perfekten Urlaub von A-Z. Vertrauen Sie auf unsere Erfahrung!

BERATUNG & BUCHUNG DIREKT BEI MOORINGS: TEL: +49 (0) 6101 55 791 521

E-MAIL: [MOORINGS@MOORINGSNET.DE](mailto:MOORINGS@MOORINGSNET.DE) • [WWW.MOORINGS.DE](http://WWW.MOORINGS.DE)

ODER ÜBER FOLGENDE SPEZIALAGENTUREN: ARGOS YACHTCHARTER, KH+P YACHTCHARTER, MASTER YACHTING, SCANSAIL YACHTS



Moorings ist stolz darauf, Teil der TUI Travel PLC Unternehmensgruppe zu sein - einem der größten und erfolgreichsten Touristikunternehmen der Welt.



*Weltweit Segelurlaub der Extraklasse*



SEGELYACHTEN



MOTORYACHTEN



CREWED YACHTEN

„Wie eine zweite Hochzeitsreise“:  
Jonathan und Tiffany McKittrick aus Atlanta.



„Alles neu erleben“:  
Niki-de-Saint-Phalle-Pool für  
kleine und große Planscher.



merung vom Meer aus miterlebt, wie entlang der Küste in  
Super-Zeitlupe das einzigartige Blau der Côte d'Azur aufzieht:  
Liberty of the Magics.

**S**echs Uhr früh. Kräftig schieben 22,5 Knoten, 41,8  
km/h Spitzengeschwindigkeit das blaue Mittel-  
meer beiseite. Eine frische Brise massiert die ge-  
bräunte Haut und flirtet mit der entspannten  
Kreuzfahrt-Seele. Das Nebelhorn kündigt das  
Ende der „Liberty of the Seas“-Tour durchs Mittel-  
meer an. Und während man selbst vergeblich die Wehmut des  
Seereise-Finales abschütteln will, schiebt sich Steuerbord die  
heute morgen graublaue Segelspitze des W Barcelona in den  
Himmel der noch schlafenden Katalanen-Metropole. Ob Sha-  
kiras Hüfte noch im 26. Stock der Disko „Eclipse“ hippt oder  
Lifestyle-Nachtschwärmer auf den violetten W-Badetüchern  
weißer Poolliegen vom ewigen Funleben träumen? Cut. „Li-  
berty of the Seas“, W Barcelona, Capri – abheben, abtauchen,  
ankommen. Willkommen in der Raumstation Sehnsucht.



„Wir Kapitäne leben  
vom Piraten-Image“:  
Captain Kjetil Gjerstad  
vorm Joystick-Desk.



**Festmachen für  
Träume:** Maritimer  
Stop-Over im Hafen  
von Neapel – mit  
Tagesausflug  
nach Capri.



W-Barcelona-Chef  
Richard Brekelmans:  
„Lifestyle-Destinationen  
ins Leben rufen“.

## DESIGN MACHT DEN ERFOLG!

GoSixt-Chefredakteur Wolfgang Timpe sprach mit  
Hoteldirektor Richard Brekelmans vom  
W Barcelona über Marken, Konferenzen und Popstars.

Das W Barcelona ist nach nur zwei Jahren schon ein  
Lifestyle-Symbol und Markenzeichen von Barcelona.  
Wie haben Sie das gemacht? W Hotels Worldwide, ein  
Unternehmen von Starwood Hotels & Resorts Worldwi-  
de, ist eine Marke, die ihre Wurzeln in New York City und  
die das Hotel- und Gastgewerbe revolutioniert hat. Die-  
se Identität der Marke W und unsere Service-Philosophie  
„Whatever-Whenever“ machen das W Barcelona zur  
europäischen Flagship-Hotel-Marke. Dazu kommt die  
einzigartige Architektur des katalanischen Architekten  
Ricardo Bofill und der einmalige Standort. Und: Wir kon-  
zentrieren uns auf die Leidenschaft der Marke W für Mu-  
sik, Mode und Design, um deren Markenkern zu vermit-  
teln. Das zieht nicht nur Hotelgäste, sondern auch  
Ortsansässige an und hat das W Barcelona zum Life-  
style-Symbol des Reiseziels Barcelona gemacht.

Bei Ihnen übernachten Popstars und Konferenzteilneh-  
mer. Wie bedient man so unterschiedliche Zielgruppen?  
Konferenzteilnehmer arbeiten einen Großteil ihrer Zeit,  
wünschen sich aber nach Abschluss ihrer Meetings den

gleichen Unterhaltungsfaktor wie Popstars. Sie möchten  
an dem teilhaben, was in Barcelona aktuell in und cool  
ist. Und unsere Mission ist es, ihnen eine Erfahrung zu bie-  
ten, die ihre Erwartungen übertrifft.

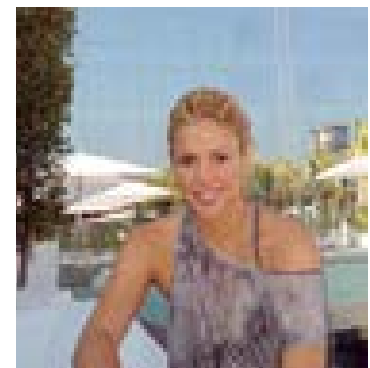
Was ist in den nächsten fünf Jahren das Wichtigste, um  
Ihr Haus erfolgreich zu führen? Stets am Ball bleiben.

Wer ist Ihr wichtigster Wettbewerber? Andere Lifestyle-  
Marken wie die Unterhaltungsindustrie.

Welches ist in der Zukunft der wichtigste Trend im Hotel-  
business? Hotelgruppen differenzieren ihre jeweiligen  
Marken, um unterschiedliche Märkte und Kunden anzu-  
sprechen. Es wird sich von der traditionellen Gastfreund-  
lichkeit verabschiedet und sich darauf konzentriert,  
selbst Lifestyle-Destinationen ins Leben zu rufen.

Wie viel Einfluss hat das Design eines Hotels auf den Er-  
folg eines Hotels? Das Design bestimmt heute den Erfolg  
des Hotels mit, da es die Verpackung des Erlebnisses ist.  
Das Design muss deshalb die Kernwerte der Marke wi-  
derspiegeln und gleichzeitig seine Funktionalität be-  
wahren, um betriebsfreundlich zu sein. Allerdings: Gutes  
Design kann ohne den entsprechenden Service nicht  
erfolgreich sein. Der Schlüssel zur Marktführerschaft liegt  
beim menschlichen Faktor, den Mitarbeitern.

Wie wird sich in den nächsten Jahren die Mobilität ver-  
ändern? Hotels müssen sich an den neuen Lifestyle der



W-Stargast Shakira: Da sein,  
wo „Barcelona cool ist“.

Menschen anpassen:  
schnellebig, technisch  
versiert, viel gereist und  
sehr erfahren – und da-  
her schwer zu beeindrucken. Diese moderne  
Mobilität macht es er-  
forderlich, dass Hotels  
sich neue Methoden zu  
eigen machen, um den  
Gästen Erlebnisse zu  
verschaffen, die ihren  
neuen Bedürfnissen,  
Wünschen und Erwar-  
tungen entsprechen –  
vor, während und nach ihrem Aufenthalt.

Was denken Sie über das Kreuzfahrtbusiness, den am  
schnellsten wachsenden Tourismuszweig? Barcelona ist  
ab 2011 der wichtigste Hafen für Kreuzfahrtschiffe im  
Mittelmeerraum. Die Kreuzfahrtbranche wird so zur wei-  
teren wichtigen Einnahmequelle des ohnehin gesunden  
Tourismusgewerbes der Stadt.

Welche Ziele haben Sie für 2012? Immer am Puls der Zeit  
– und im Markt!

Der Niederländer **Richard Brekelmans**, 44,  
spricht neben Niederländisch fließend Englisch,  
Französisch, Deutsch und Spanisch. Bevor er im  
Januar 2009 Hoteldirektor des W Barcelona wur-  
de und es mit aufbaute, leitete er u.a. The  
Westin Grand Frankfurt sowie die Le-Méridien-  
Hotels & Resorts in Barcelona und Amsterdam.

**Matthias Wissmann**

wurde 1949 in Ludwigsburg geboren, studierte Rechtswissenschaften, Volkswirtschaft und Politik in Tübingen und Bonn. Er war 1993 Bundesminister für Forschung und Technologie und von 1993 bis 1998 Bundesminister für Verkehr. Von 1976 bis 2007 war er Abgeordneter im Deutschen Bundestag. Seit Juni 2007 ist Wissmann Präsident des Verbandes der Automobilindustrie (VDA) und seit November 2007 Vizepräsident des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI). Wissmann engagiert sich ehrenamtlich in den Kuratorien der „Philharmonie der Nationen“ und der „Schlossfestspiele Ludwigsburg“.

**Urbane Vision**

„Wir brauchen Ideen und Konzepte, wie die urbane Mobilität, also der Individualverkehr in den Mega-Citys, so effizient wie möglich gestaltet werden kann. Der reine Elektroantrieb ist hier eine durchaus attraktive Option, die ergänzt wird durch Hybridversionen und Range-Extender.“

# MOBILITÄT VON MORGEN!

Dynamik trifft Zukunft. Ab 15. September findet in Frankfurt/M. die 64. IAA Pkw statt. GoSixt-Herausgeberin **Regine Sixt** spricht mit VDA-Präsident **Matthias Wissmann** über Carsharing, Elektromobilität, die Lust am Autofahren und eine offene Gesellschaft.

**H**err Wissmann, das Motto der IAA Pkw 2011, der 64. Internationalen Automobil-Ausstellung, lautet: „Zukunft serienmäßig“. Wie verstehen Sie den Slogan?

Matthias Wissmann: Das Motto unterstreicht, dass diese Schlüsselbranche auch im Jubiläumsjahr „125 Jahre Automobil“ den Blick nach vorn richtet: Mit alternativen Antrieben wie Elektro, Hybrid und Wasserstoff, aber auch mit optimierten Clean-Diesel- und Benziner-Motoren. Unsere Autos werden damit immer effizienter und sauberer. Auf der IAA öffnen wir das Fenster zur Mobilität von morgen. „Zukunft serienmäßig“ unterstreicht zudem unseren Anspruch, qualitativ hochwertige Fahrzeuge mit faszinierendem Design, hohem Komfort und erstklassiger Sicherheitsausstattung in großer Stückzahl und damit zu bezahlbaren Preisen zu entwickeln und auf den Markt zu bringen. Es wird eine sehr spannende IAA.

*Die IAA 2011 präsentiert erstmals einen Fachkongress Elektromobilität. Welche Ziele verfolgt sie damit?*

Das Interesse an der Elektromobilität ist sehr groß. Das hat die Nationale Plattform Elektromobilität, die von Bundeskanzlerin Merkel gestartet wurde und an der zahlreiche Industriebranchen, Politik und Wissenschaft gemeinsam arbeiten, bereits gezeigt. Auf dem Fachkongress Elektromobilität werden kompetente und hochrangige Experten und Entwicklungsvorstände der Automobilindustrie über die aktuellsten Fortschritte berichten. Zudem ist der Kongress bewusst branchenübergreifend angelegt: Die Energiewirtschaft ist ebenso vertreten wie etwa die Informations- und Kommunikationstechnologie. Wir freuen uns, dass Bundesverkehrsminister Ramsauer auf dem Kongress sprechen wird. Und nicht zuletzt werden im Detail „Innovative Fahrzeugkonzepte und künftige Fahrzeuggenerationen“ vorgestellt. Ein solch umfassendes Programm zum Thema Elektromobilität ist einzigartig – und nur auf der IAA zu erleben.

*Bislang ist die Reichweite von Elektroautos mit etwa 150 Kilometern noch deutlich niedriger als die vergleichbarer Diesel-Pkw oder Benziner. Wird sich dieser alternative Antrieb dennoch am Markt durchsetzen?*

Alle wichtigen Automobilnationen arbeiten intensiv an der Entwicklung von Elektrofahrzeugen: die USA, China, Japan, Frankreich und natürlich auch Deutschland. Dabei geht es nicht darum, dass das Elektroauto von heute auf morgen den klassischen Verbrennungsmotor vollständig ersetzen wird. Vielmehr brauchen wir Ideen und Konzepte, wie die urbane Mobilität, also der Individualverkehr in den Mega-Citys, so effizient wie möglich gestaltet werden kann. Der reine Elektroantrieb ist hier eine durchaus attraktive Option, die ergänzt wird durch Hybridversionen und Range-Extender. Die Bundesregierung hat das Ziel vorgegeben: Bis zum Jahr 2020 sollen auf Deutschlands Straßen rund eine Million Elektrofahrzeuge unterwegs sein.

#### **Wann kommt die Serienfertigung von Elektroautos?**

Noch sind wir in der Phase der Marktvorbereitung. In den nächsten Jahren kommen zahlreiche Elektrofahrzeuge auf den Markt. Der Markthochlauf wird für die Jahre 2014 bis 2017 erwartet, dabei muss auch die entsprechende Infrastruktur geschaffen werden. Und wenn die Rahmenbedingungen stimmen, werden bis Ende dieses Jahrzehnts tragfähige Geschäftsmodelle den Beginn des Massenmarkts markieren.

#### **Sollte ein batteriebetriebenes Elektroauto nicht eine gleich hohe Reichweite wie ein Fahrzeug mit Verbrennungsmotor aufweisen – also 700 Kilometer statt nur 150?**

Aus gutem Grund setzen wir auf unsere „Fächerstrategie“, die alle Optionen umfasst. Intelligente Kombinationen – wie etwa der Range-Extender oder der Plug-in-Hybrid -, die die Vorteile der Elektromobilität mit den Pluspunkten des Verbrennungsmotors verknüpfen, werden dabei bewusst berücksichtigt. Gleichzeitig arbeiten wir intensiv an der Batterietechnologie. Wir wissen allerdings aus zahlreichen Umfragen, dass die Mobilitätswünsche vieler Menschen im Alltag mit einer Reichweite von 150 oder 200 Kilometern durchaus erfüllt werden können. Wer Klimaschutz ernst nimmt, muss auch den Mut zu neuem Denken haben. Klar ist, dass wir alles daran setzen müssen, den Wirkungsgrad der Batterien zu erhöhen, um eines Tages auch größere Reichweiten zu ermöglichen.

## Zukunft serienmäßig

#### **Wie beurteilen Sie die Innovationskraft der deutschen Automobilindustrie? Haben andere einen Vorsprung?**

Der beste Maßstab für den Erfolg sind steigende Marktanteile. Hier können die deutschen Marken punkten: Mehr als 70 Prozent Marktanteil in Deutschland, rund 50 Prozent in Westeuropa, 20 Prozent in China. Und in den USA legen wir seit Jahren stetig zu. Ein weiterer Maßstab ist die CO<sub>2</sub>-Bilanz:

## »Bis zum Jahr 2020 sollen rund eine Million Elektrofahrzeuge unterwegs sein.«

Laut offizieller Zahlen des Kraftfahrtbundesamts haben die deutschen Modelle bei den Neuzulassungen in allen zehn Fahrzeugsegmenten – vom Kleinwagen bis zum Familienvan – im Durchschnitt niedrigere CO<sub>2</sub>-Werte und damit einen geringeren Kraftstoffverbrauch. Klare Antwort: Mit jährlich über 3.600 Patentanmeldungen allein in Deutschland sind unsere Unternehmen Treiber der Innovation.

#### **Apropos Mobilität. Es zeigt sich, wie beim jüngsten erfolgreichen Carsharingprojekt „DriveNow“ von BMW und Sixt in München, dass nicht alle unter 40-Jährigen im urbanen Raum ein Auto unbedingt besitzen wollen. Führt Carsharing zum Rückgang der Absatzzahlen in der Autoindustrie?**

Der Wunsch nach dem eigenen Auto ist weiterhin sehr ausgeprägt. Übrigens ist der Neuwagenkäufer laut DAT Report im Durchschnitt 44 Jahre alt, bei Erstkäufern von Neuwagen liegt das Durchschnittsalter bei 30. Natürlich ist das Mobilitätsverhalten in Großstädten anders als im ländlichen Raum. Wir sehen neue Mobilitätskonzepte wie „DriveNow“ oder andere Carsharing-Konzepte als sinnvolle Ergänzung. Über den Lebenszyklus hinweg ist allerdings zu beobachten, dass das reine Nutzungskonzept später oft durch das eigene Auto abgelöst wird – etwa wenn die Familie größer wird, die Kinder zum Sport oder Musikunterricht gebracht werden müssen. Dann wird in vielen Fällen sogar ein Zweitwagen angeschafft.

#### **Wird das Carsharing-Modell für Ballungsräume langfristig erfolgreich sein?**

Die ersten Ergebnisse sind ermutigend. Aber auch hier gilt: Diese Modelle sind Ergänzungen im Gesamtkonzept Mobilität, kein „Ersatz“.

#### **Steuern wir auf eine besitzlose Autogesellschaft zu?**

Eindeutig nein. Wenn wir die unterschiedlichsten Regionen betrachten – Europa, Asien, Nord- oder Südamerika –, dann lässt sich in allen aufstrebenden Volkswirtschaften eine Tendenz beobachten: Der Wunsch der Menschen nach dem eigenen Automobil. Das hat die Wiedervereinigung gezeigt, Ähnliches war bei der Osterweiterung der EU zu beobachten, in Russland, in China, in Indien. Und auch in Deutschland wächst der Bestand an zugelassenen Pkw. Nicht zuletzt das Jahr der Umweltprämie – 2009 – hat gezeigt, wie sehr die Men-

**IAA-Mix aus Innovation und Tempo:** „Auch für das Auto gilt der Satz von Friedrich Schiller: „Anmut ist Schönheit in Bewegung.““

schen auch in der Bundesrepublik das eigene Auto schätzen.

#### **Die populärsten Stände der IAAs sind immer auch die mit den individuellsten und kraftstrotzenden Boliden. Ist das Autofahren eine Conditio Humana?**

Natürlich üben Sportwagen auf manche IAA-Besucher eine besondere Faszination aus. Solche Autos sind schließlich selten auf unseren Straßen zu sehen, noch seltener haben die Menschen – wie auf der IAA - Gelegenheit, selbst hinter dem Steuer Platz zu nehmen. Allerdings – und das bestätigen unsere Umfragen jedes Mal erneut: Die meisten IAA-Besucher kommen auf die Messe, weil sie sich mit dem Kauf eines neuen Autos beschäftigen. Da bewegen wir uns dann eher in der Kompaktklasse eines VW Golf oder in der unteren Mittelklasse. Hinzu kommt: Die IAA-Besucher sind gerade beim Kraftstoffverbrauch sehr aufmerksam, was angesichts kräftig gestiegener Spritpreise mehr als verständlich ist.

#### **Öko hin oder her: Ist das ästhetische und motorenstarke Oberklasseauto, die Spitzenleistung von Ingenieuren, nicht nach wie vor das automobile Maß der Dinge?**

Premium definiert sich längst nicht mehr durch „größer, schwerer, schneller“. Der Kunde will die hohe Qualität und Zuverlässigkeit, attraktives Design, überzeugende Sicherheitsausstattung und kraftstoffeffiziente Motoren. Gerade die deutschen Premiumhersteller – auf sie entfällt übrigens ein Weltmarktanteil von über 80 Prozent in diesem Bereich – verfolgen die Strategie, dass sie in allen Segmenten, also nicht nur in der Oberklasse, Premiumprodukte anbieten. Dass dies der richtige Weg ist, zeigt die weltweit hohe Nachfrage nach unseren Modellen.

#### **Warum sind denn die deutschen Autobauer wie BMW, Mercedes oder Audi global so ungeheuer erfolgreich?**

Weil sie nicht so sehr auf Quartalszahlen schauen, sondern Benzin im Blut haben und mit Liebe und Leidenschaft die besten Autos der Welt bauen.

## »Deutsche Autobauer sind global erfolgreich, weil sie Benzin im Blut haben.«

#### **Ist es nicht dieser Abenteuer-Mix aus Schönheit und Tempo, der den Grundrhythmus von Auto-Mobilität prägt?**

Autofahren ist kein Abenteuer, sondern hat viel mit Verantwortung zu tun. Wie sehr der Kunde Wert auf Sicherheit legt, wird anhand der zahlreichen Assistenzsysteme deutlich, die gerade in Modellen der deutschen Hersteller zu finden sind. Das reicht vom Abstandswarnradar über den Spurhalteassistenten bis hin zum adaptiven Kurvenlicht oder dem Head-up-Display. Ständige Vorsicht und gegenseitige Rücksicht sollten das Verhalten des Autofahrers prägen. Das fordert bereits Paragraph 1 der Straßenverkehrsordnung. Und was das Tempo anbelangt – hier gilt stets der Grundsatz der „angemessenen Geschwindigkeit“. Im übertragenen Sinne gilt allerdings auch für das Auto der Satz von Friedrich Schiller: Anmut ist Schönheit in Bewegung.



**VDA-Präsident Matthias Wissmann:** „Nur das Auto bietet die Flexibilität, wie sie in unserer offenen Gesellschaft benötigt wird.“

#### **Ist Autofahren nicht generell anti-ökologisch, CO<sub>2</sub> g/km hin oder her?**

Leben ist Bewegung. Wer am sozialen und gesellschaftlichen Leben teilhaben will, wer mit der Familie in den Urlaub fahren oder die Großeltern besuchen will, der wird dies auch künftig mit dem Auto tun. Weil nur das Auto ein solches Maß an Flexibilität bietet, wie es die Menschen in unserer offenen Gesellschaft benötigen. Nicht alle Bürger in Deutschland leben allein und in Großstädten.

#### **Wie sieht für den VDA-Chef die Mobilität 2020 aus?**

Das Auto wird auch im Jahr 2020 der dominierende Verkehrsträger sein, allerdings mit einem faszinierenden Mix verschiedener Antriebsarten. Die CO<sub>2</sub>-Werte werden deutlich niedriger sein als heute – und die Vision vom emissionsfreien Fahren rückt immer näher.

#### **Was für ein Auto fahren Sie privat?**

Einen Kompaktwagen einer deutschen Marke, der in seinem Segment der CO<sub>2</sub>-Champion ist.

#### **Ihr persönliches Mobilitätsmotto für 2012?**

Früh starten – entspannt ankommen.

## FEIN SPÜREN

Kann Tinte heilen? Selten. Doch wenn eine 18-Karat-Goldfeder einen Schaft präsentiert, den acht Jade-Inlets zieren (für acht Faber-Castell-Generationen), und wenn limitierte 1.761 Exemplare Historisches signalisieren (Gründungsjahr 1761), dann ist feine symbolische Energie am Wirken. Die Heilkraft des Jadesteins für Seele und Körper hat Nebenwirkungen: Der Legende nach verspricht er Glück, Gewinn und Ansehen. Mehr geht kaum.

[GRAF-VON-FABER-CASTELL.DE](http://GRAF-VON-FABER-CASTELL.DE)



## POPPIG ROCKEN!

Mut braucht Auftritt – besonders das im Hotellerie-Wahn boomende Berlin. Da kommt eine knackige PR-Formel gerade recht: „NHOW – elevate your stay“. Ja, erhöhe den schnöden Schlafaufenthalt einer Herberge durch hyperin-

dividuelles Hotel-Living mit Kunst, Musik und Studios. Die Lifestyle-Marke NH Hotels leuchtet am Osthafen als NHow – in Kunst-Suiten gerne auch mit Babyflügel. Nicht übernachten; poppig rocken!

[NHOW-HOTELS.COM/BERLIN](http://NHOW-HOTELS.COM/BERLIN)



## iPADdeln

Kennen Sie Gravis? Macht nix, man kann ja jederzeit zu iPhone und iPad wechseln. Warum? Weil das fitte TV-Teufelchen „tizi“ von Equinox in 28 Gravis-Stores bundesweit auf Surfengel wartet, die mit ihm bewegt TV sehen wollen: wo immer und wann immer. Der erste mobile DVB-T-Empfänger „tizi“ lädt zum iPADdeln ein. Unterwegs-TV. [TIZI.TV/DE](http://TIZI.TV/DE) & [EQUINOX.COM](http://EQUINOX.COM)

# TOUCH ANOTHER WORLD

## NAVIGATION ENTERTAINMENT KOMMUNIKATION

E>GO ist mehr als nur eine Produktlinie. E>GO steht für eine neue Generation von Multimedia-Navigations: fahrzeugspezifische Naviceiver, die sich perfekt in verschiedene Automodelle integrieren. Das E>GO-Konzept, ausgezeichnet mit zwei Innovationspreisen, ist eine beispiellose Systemlösung, um Multimedia und Navigation genial einfach im Auto zu realisieren: Alle E>GOs lassen sich in Rekordzeit einbauen und unkompliziert in das fahrzeuginterne CAN-Datennetz einbinden. E>GO steht für Installationskomfort, einfache Bedienung, Vielseitigkeit und Souveränität: E>GOs beherrschen alle Medien, von CD, DVD, SD, USB, iPod bis iPhone, und meistern die Radio- und Telefonwelt. Intelligent navigieren die E>GOs in 43 europäischen Ländern – dank der zahlreichen Updatemöglichkeiten die allerneueste Software und die aktuellsten Karten immer mit an Bord. E>GO ist das Multimedia/Navigationkonzept der Zukunft, entwickelt, um die Technologien von morgen schon heute zu erleben.

- integriertes Navigationssystem mit Karten von 43 europäischen Ländern und TMC/TMC Pro Empfänger
- hochauflösendes 16,5 cm/6,5" Touchscreendisplay
- CD/DVD-Laufwerk für alle gängigen AV-Formate
- Parrot Bluetooth Einheit für Freisprechen/Musik-Streaming
- iPod/iPhone Direktsteuerung inklusive Videowiedergabe
- USB 2.0 Media-Link Box mit 1,5 m langem Anschlusskabel
- SD-Kartenleser – SDHC kompatibel bis 8 GB
- leistungsstarker UKW/MW RDS-Tuner
- eingebaute Digitalendstufe mit 4 x 50 Watt
- Diebstahlschutz durch Sicherheitscode
- inklusive 2 IR-Fernbedienungen, externem Mikrofon



Erhältlich für VW, SEAT, FORD, OPEL, HYUNDAI

**ACR in Deutschland:** 01257 Dresden Nickerner Weg 8 01561 Thienendorf/OT Sacka Radeburger Str. 30 01662 Meissen Bergstr. 1/4 01990 Ortrand Bahnhofstr. 1 02625 Bautzen Neusalzaer Str. 19 02727 Neugersdorf Hauptstr. 56 02826 Görlitz Jakobstr. 19 02977 Hoyerswerda Wittichenauer Str. 72 03238 Finsterwalde August-Bebel-Str. 30 04139 Leipzig Merseburger Str. 200 04319 Leipzig-Engelsdorf Herzberger Str. 1 04552 Borna Am Wilhelmshof 21a 04600 Altenburg Leipzig Str. 89b 04838 Eilenburg-Ost Rosa-Luxemburg-Str. 55a 04910 Elsterwerda Am Westbogen 3 06179 Halle-Angersdorf An der Lauchstädter Str. 4 06449 Aschersleben Auf dem Graben 34 07545 Gera Reichsstr. 39 07743 Jena Am Anger 12-14 07973 Greiz Heinrich-Fritz Str. 5 09496 Marienberg Freiburger Str. 9 10713 Berlin Bliesstr. 2-6 12623 Berlin / Mahlsdorf Hultschiner Damm 353 14532 Stahnsdorf Potsdamer Allee 128 15234 Frankfurt/O. Birnbaumsmühle 65 15907 Lübben Bahnhofstr. 27 16227 Eberswalde Eberswalder Str. 63 16303 Schwedt a. d. Oder Ringstr. 5 17268 Templin Bahnhofstr. 22b 17489 Greifswald Am Studentenberg 10 18059 Rostock Satower Str. 9 21614 Buxtehude Ostmoorweg 11 23558 Lübeck Moislinger Allee 81 24837 Schleswig Marie Curie Str. 2 24983 Handewitt Scandinavian Park 12 25451 Quickborn-Heide Bahnstr. 14 26123 Oldenburg Nadorster Str. 229a 26169 Friesoythe Emsstr. 2 26605 Aurich Egelse Str. 67 26871 Papenburg Zur Seeschleuse 1 27232 Sulingen Lange Str. 36 30453 Hannover-Linden Davenstedter Str. 111 30853 Langenhagen Friesenring 10 31812 Bad Pyrmont Bahnhofstr. 58 32429 Minden Lübbecke Str. 84A 33607 Bielefeld Otto-Brenner-Str. 132 34117 Kassel Oberste Gasse 17 35108 Allendorf Besenacker 8 36043 Fulda Frankfurter Str. 51A 36251 Bad-Hersfeld Hünfelderstr. 73 36433 Immelborn Salzungger Str. 30 37124 Rosdorf Hinter dem Hamberge 19 38446 Wolfsburg Daimlerstr. 32 38644 Goslar Stapelner Str. 14 39112 Magdeburg Sudenburger Wuhne 29-30 40721 Hilden Auf dem Sand 12 41464 Neuss Jülicher Landstr. 93 42655 Solingen Mangelberger Str. 285 44139 Dortmund Ruhrallee 31 45127 Essen Altendorferstr. 42 45881 Gelsenkirchen Grothusstr. 10 46047 Oberhausen Zur Eisenhütte 18 46395 Bocholt Im Königsech 11 46485 Wesel Schermebecker Landstr. 30 47443 Moers Bismarckstr. 108C 48157 Münster Rudolf-Diesel Str. 1 49084 Osnabrück Franz-Lenz Str. 12F 49377 Vechta Osloer Str. 21 49661 Cloppenburg Entsecker Str. 30 50829 Köln Heinrich-Rohmann-Str. 12 51377 Leverkusen Kalkstr. 17 51645 Gummersbach Kölner Str. 279 52525 HS-Unterbruch Alte Schmiede 88 53721 Siegburg Lindenstr. 129 54292 Trier An der Feldport 7 56070 Koblenz-Lützel Andernacher Str. 240 58095 Hagen Körnerstr. 76 58636 Iserlohn Giese Str. 1 59069 Hamm Rhynerberg 75 63322 Rödermark Carl-Zeiss-Str. 35 63755 Alzenau Hanauer Str. 104 63924 Kleinheubach In der Seehecke 7 64293 Darmstadt Otto-Röhm-Str. 63 65549 Limburg Robert Bosch Str. 11 65929 Frankfurt/M. Königsteiner-Str. 59c 66538 Neunkirchen Fernstr. 47 66679 Losheim Wolfsborn 51 66740 Saarlouis Rodener Schanze 1 67590 Monsheim Traminer Str. 1-3 68199 Mannheim Flosswörthstr. 59 69126 Heidelberg Tullastr. 1-3 72108 Rottenburg Schuhstr. 72 72250 Freudenstadt Stuttgarter Str. 92 72336 Balingen Neue Str. 49 73730 Esslingen Dormierstr. 34 74722 Buchen Albert-Einstein-Str. 1 76287 Rheinstetten Gewerbering 23 78224 Singen Freibühlstr. 18 78658 Zimmern o.R. Steinhäuslebühl 10 79650 Schopfheim Hauptstr. 17 81249 München Bodenseestr. 275 81827 München Wasserburger Landstr. 282 83059 Kolbmoor Rosenheimerstr. 48 83278 Traunstein Bahnhofplatz 17 83395 Freilassing Reichenhaller Str. 72 83527 Haag Gerberstr. 2 84048 Mainburg Abensberger Str. 40 84137 Vilsbiburg Landshuter Str. 53 85221 Dachau Karl Benz Str. 3 85276 Pfaffenhofen-Eberstetten Schweitenkirchener Str. 17 85416 Langenbach/Freising Gartenstr. 17 85604 Zorneding Georg-Wimmer-Ring 3 86343 Königsbrunn Messerschmittweg 1 86381 Krumbach Ulmerstr. 5c 87435 Kempten Kesselstr. 43 87700 Memmingen Eibenweg 2 88299 Leutkirch Wangener Str. 91052 Erlangen Gebbert Str. 54 91522 Ansbach Feuchtwanger Str. 77 91792 Ellingen Birkenweg 12-16 92224 Amberg Philipp-Melanchthon-Str. 14 92318 Neumarkt i.d. Opf. Dreichlinger Str. 83 94121 Salzweg Schulstr. 2a 95032 Hof Wunsiedler Str. 8 96050 Bamberg Moosstr. 91-97 96450 Coburg Kalenderweg 63 96515 Sonneberg Köppelsdorfer Str. 228 97076 Würzburg Nürnbergerstr. 114 97421 Schweinfurt Cramerstr. 5 97616 Bad Neustadt Saalestr. 3 98544 Zella-Mehlis Am Köhlersgeäu 61 99091 Erfurt Gispersleben Sondershäuser Str. 32 99427 Weimar Th. Erfurter Str. 86 99734 Nordhausen Hallescher Str. 53 A 99817 Eisenach Werneburger Str. 17

**ACR in der Schweiz:** 5412 Gebenstorf Im Hald 8 6037 Root Bahnhofstr. 19a 7007 Chur Kasernenstr. 67 8620 Wetzikon Zürcherstr. 1  
**ACR in Österreich:** 1120 Wien Breitenfurterstr. 98 1210 Wien Pragerstr. 128 3324 Euratsfeld Haslau 1 3390 Melk Linzerstr. 26 3571 Gars/Kamp Apoigerstr. 87 4040 Linz Ferienhuserstr. 15 4840 Vöcklabruck Linzer Str. 2-4 6341 Ebbs/Kufstein Oberdorf 128c 9020 Klagenfurt Südring 246

**E>GO**  
EXCHANGE AND GO

IAA

Erleben Sie ZENEC vom 15. bis 25.09.2011 auf der IAA in Frankfurt/M. in Halle 8.0/Stand B04!

**ZENEC**

Weitere Informationen finden Sie auf [www.zenec.com](http://www.zenec.com) · Vertrieb: ACR AG, Bad Zurzach, Schweiz

## B-QUICKIE

Berlin, Berlin, wir fahren nach Berlin – singen nicht nur Fußballfans, sondern auch die Firstclass-Lifestyleler von Hermès. Neue zweite Berlin-Boutique – im KaDeWe. Und eine bunte Hermès-Ausstellung „Seidenblicke“ des Künstlers Hilton McConnico rahmen die prächtige Berlin-Premiere ein. Lohn fürs Shoppen im KaDeWe: ein Bären-Schlüsselanhängers. B-Quickie von Hermès. [HERMES-PARIS.DE](http://HERMES-PARIS.DE)



## UP-TIMER

Name trägt Programm: Primus. Die Chronographen-Kollektion des Uhrenherstellers Hanhart setzt auf Spitzenpräzision und Lifestyle auf, neben und unterm Wasser: Primus „Diver“ – ein Up-Timer. [HANHART.COM](http://HANHART.COM)



## SMART-SPÜLER

Philosophie: Geberit AquaClean. Job: Das WC, das den Nutzer mit Wasser reinigt. Ein High-tech-WC fürs „Re-Balancing“. Sanft, nachhaltig. Smart spülen. [I-LOVE-WATER.COM](http://I-LOVE-WATER.COM) & [GEBERIT.DE](http://GEBERIT.DE)

## STAHL-SCHIMMER

Kunst kommt von Stahl. Die ganz neue Wege gehende Ausstellung „voestalpine Stahlwelt“ präsentiert Besuchern multimediale die Bereiche Stahlerzeugung, -verarbeitung und -produkte sowie Stahlerfolge. Eine LED-Raum-Show. Spiegel des Licht. [VOESTALPINE-STAHLWELT.AT](http://VOESTALPINE-STAHLWELT.AT)



## KUSCHEL-FLIEGER

Nur Tragen ist schöner. Die Cashmere- und Seiden-Spezialistin Judith Haarmann bringt die Damen zum Abheben – mit exklusiven Kollektionen u.a. aus Vikunja-Garnen in handwerklicher Feinarbeit und kreativer Strickerei. Wickeln Sie sich mal ein – in Schals & Co. Kuschel-Fliegen. [JUDITH-HAARMANN.DE](http://JUDITH-HAARMANN.DE)

## LEUCHT-PIRAT

Licht aus, Leben an – Outdoor. Taschenlampe war gestern, Led Lenser ist heute. Die neue Stab-Lichtwelt etwa der P5R erleuchtet zwielichtige Momente und hellt tief-schwarze Nacht scheinwerferhell auf. Der Red-dot-Design-Gewinner zaubert satte 210 Lumen dank Hochpräzisionsreflektor. Und öko: Laden mit USB! Schöner Schein. [ZWEIBRUEDER.COM](http://ZWEIBRUEDER.COM)



## Ein perfektes Duo für unterwegs: Die Design-Kopfhörer und WALKMAN MP3/Video-Player von Sony

Auf die Ohren, fertig, los: Mit einer großen Auswahl an schicken Bügel- und In-Ohr-Kopfhörer-Modellen sowie neuen WALKMAN MP3/Video-Playern hält Sony für alle Musik-Fans garantiert die perfekten Begleiter für unterwegs bereit – egal ob für den Einsatz als Pendler, Großstadtnomade oder Klassikfreund.



### Ausgefallenes Design und kristallklarer Sound: Komfortable Bügel-Kopfhörer der ZX-Familie von Sony

Die neuen Kopfhörer-Modelle aus der MDR-ZX-Serie von Sony sind die perfekten Allrounder für Musikliebhaber. Denn alle, die unterwegs auf Musik nicht verzichten und den optimalen Klang aus ihrem WALKMAN oder iPod herausholen möchten, sind mit den stylischen Modellen dieser Kopfhörer-Serie bestens bedient. Die geschlossene Bauweise reduziert Außengeräusche, was einem entspannten Musikgenuss morgens in vollen Bussen oder Bahnen zu Gute kommt. Aufgrund ihres Designs in trendigen Farben gehen die Modelle MDR-ZX500, MDR-ZX300 und MDR-ZX100 auch als schickes Fashion-Item durch und sind unterwegs garantiert ein Hingucker.



### Klein aber oho: Praktische In-Ohr-Kopfhörer der EX-Serie von Sony

Wer den Tragekomfort von In-Ohr-Kopfhörern bevorzugt greift einfach zu den Modellen der EX-Serie von Sony: vom Einstiegsmodell MDR-EX40, das in buntem Bonbon-Design daherkommt, bis hin zum Premium-Modell MDR-EX1000, das mit einem innovativen Kopfhörer-Design und einem außergewöhnlichen Klang höchste Audioansprüche erfüllt – hier ist für jeden etwas dabei.

### Musik liegt in der Luft: Neue WALKMAN MP3/Video-Player Sony

Die neuen WALKMAN Modelle werden in dieser Saison von dem eleganten Video/MP3-Player NWZ-A860 angeführt, der Spitzensound völlig neu definiert. Auf dem 2,8 Zoll (7,1 Zentimeter) Farb-Touch-Display macht es noch mehr Spaß per Fingertipp durch die gespeicherten Musikalben, Fotos und Videos zu blättern.



Weitere Informationen unter [www.sony.de](http://www.sony.de)



# KLUG GAS GEBEN

Auf die Sport-Dosis kommt es an. GoSixt-Experte Dr. Martin Marianowicz über Ferien, Sport und Erholung.

Der wohlverdiente Sommerurlaub steht vor der Tür. Und das Motto lautet: Raus aus dem Alltag, rein in den Urlaub und richtig Gas geben. Viele planen im Jahresurlaub das nachzuholen, wofür im Arbeitsalltag keine Zeit blieb: Sport. Aber ein Kaltstart mit Maximalbeschleunigung kann nicht gesund sein. Menschen treiben aus den verschiedensten Gründen Sport: Um etwas mit ihren Freunden zu unternehmen, um in der Natur zu sein, um abzuschalten oder um sich mal so richtig zu verausgaben. Ein Motiv allerdings haben alle gemeinsam: Sie tun es der Gesundheit zuliebe. Viele sogar nur deshalb!

Ist Gesundheit das Motiv, könnte man sich jedoch einige Strapazen und viel Zeit sparen. Sport im Sinne von Bewegung ist gesund, aber das medizinisch sinnvolle Maß ist erstaunlich schnell erreicht. Alles darüber hinaus mag Spaß und Fitness bringen, einen zusätzlichen medizinischen Gewinn hat es aber nicht. Für Sport gilt das gleiche wie für jedes Medikament: Auf die richtige Dosis kommt es an. Aber beim Sport gibt es nun mal halt keinen Beipackzettel, mit dem man die richtige Dosis bestimmen könnte.

Die Mehrheit ist viel zu schnell unterwegs. Warnsignale wie Seitenstechen, Schwindel oder Schmerzen werden einfach ignoriert. Eigentlich nicht verwunderlich: Wird uns doch von der Freizeitindustrie eingehämmert, wie gesund Sport ist – und untermauert mit griffigen Slogans wie: „Sport – Forever Young“ oder „Laufen Sie dem Herzinfarkt davon“. Sport wird in der Gesellschaft mit Gesundheit gleichgesetzt. Mehr Sport, mehr Gesundheit? Nein. Wir wissen aus unzähligen Studien, dass körperliche Aktivität gesund ist und wir dadurch in der Tat länger leben. Aber genau in diesen Studien wurde versäumt, Sport, Leistungssport, Bewegung, körperliche Aktivität und Fitness sauber voneinander zu trennen und zu definieren, was von diesen Betätigungsfeldern tatsächlich gesund ist.

In der Medizin ist die Sache unspektakulär und klar: Gesunde körperliche Aktivität bedeutet einen zusätzlichen Energieverbrauch von 1 200 Kilokalorien pro Woche. Dadurch senkt man

sein Sterblichkeitsrisiko um sage und schreibe 25 Prozent. Man senkt dabei aber nicht nur das Herzinfarkt- und Krebsrisiko, sondern man beugt der Osteoporose vor und stärkt das Immunsystem. Ideal ist es, wenn sich die körperliche Aktivität über die ganze Woche hinweg verteilt. Diese also nicht nur am Wochenende oder im Urlaub stattfindet, denn gerade das kann gefährlich werden. Besonders schlecht schneiden die Wochenend- oder Urlaubs-Hobbyathleten in der Sterblichkeitsstatistik ab. Sie machen Sport, aber exzessiv – um eben das Versäumte nachzuholen. Gibt es nur einen einzigen zusätzlichen Risikofaktor, zum Beispiel das Rauchen, zeigen diese Freizeit-Stress-Sportler sogar eine deutliche Übersterblichkeit im Vergleich zu Nichtsportlern.

Was ist gesund? Optimale Bewegung bedeutet drei bis vier Mal in der Woche etwa 40 Minuten zügiges Gehen oder moderates Laufen. Optimal ist dies Training, weil die Fettverbrennung im aeroben Bereich stattfindet (mit Sauerstoff) und daher unschädlich ist. Beim Training im sogenannten anaeroben Bereich (ohne Sauerstoff) mit langem und exzessivem

Training entstehen für den Körper schädliche Abbauprodukte, wie zum Beispiel Milchsäure.

Je härter und häufiger Sie trainieren, desto weiter öffnet sich die Schere zwischen Fitness und Gesundheit. Was fit macht, macht nicht zwangsläufig gesund. Beim

Auto ist es ähnlich: Die hochgetunten Motoren laufen zwar schneller, länger funktionieren tun sie deshalb aber noch lange nicht. Besonders gefährdet sind ältere, untrainierte Menschen, die ohne entsprechende Voruntersuchungen mit intensivem Training beginnen. Bei denen ist sogar das Herzinfarktrisiko deutlich erhöht. Auch die Verletzungsgefahr bei unsachgemäßem Training sollte man bedenken. Statistisch verletzt sich jeder dritte Jogger an Kniegelenk, Achillessehne oder Wirbelsäule.

Bewegung ist gut, aber viel Bewegung ohne professionelle Anleitung ist eben nicht besser. Der Spruch „Viel hilft viel“ trifft ja selten zu, aber beim Sport schon überhaupt nicht.

INFO: Dr. Martin Marianowicz, [info@marianowicz.de](mailto:info@marianowicz.de)  
[www.marianowicz.de](http://www.marianowicz.de) und [www.jaegerwinkel.de](http://www.jaegerwinkel.de)

## Es wurde Zeit das Sitzen neu zu erfinden. Deshalb haben wir es getan: mit dem 3D-Aktiv-Sitz **swopper**.

Der Mensch wurde für Bewegung gemacht: Laufen, Strecken, Bücken, Klettern – das ist ein wesentlicher Teil seines genetischen Codes. Der moderne Alltag aber ist von stundenlangem Sitzen geprägt: insbesondere im Büro und auf Reisen.

Konventionelle Sitzmöbel bieten zwar oft „Komfort“, sind jedoch kontraproduktiv: Statt notwendiger Bewegung bieten sie Polster, Lehnen und starre Sitzkonzepte. Die Folgen sind schmerzhaft: über 80 % der Bevölkerung hat Rückenprobleme.

Das Rezept dagegen ist einfach – und effektiv. Es heißt: mehr Bewegung. Auch im Sitzen. Die weltweit meiste Bewegung im Sitzen macht der 3D-Aktiv-Bürostuhl **swopper** möglich. Der **swopper** fordert und fördert permanent Bewegung, regt Haltungswechsel an, trainiert die Muskulatur und verbessert die Leistungsfähigkeit.

Deshalb wird dieser international mehrfach ausgezeichnete, meistverkaufte 3D-Aktiv-Stuhl auch von renommierten Ärzten und Bewegungsexperten empfohlen.

Testen Sie ihn jetzt selbst  
kostenlos zuhause oder im Büro:  
+49 (0)89-900 506-0  
[www.aeris.de](http://www.aeris.de)



**swopper**<sup>®</sup>  
Ihrem Rücken zuliebe

aeris-Impulsmöbel GmbH & Co. KG, Ahrntaler Platz 2-6 · D-85540 Haar bei München  
Fon +49 (0)89-90 05 06-0 · Fax +49 (0)89-90 39 39-1 · Email: [info@aeris.de](mailto:info@aeris.de) · [www.aeris.de](http://www.aeris.de)



# SALZBURG: THADDAEUS ROPAC

Wahre Helden tragen Understatement. Empfang in Salzburg beim einflussreichsten Galeristen der Welt: Thaddaeus Ropac. Er betreute Andy Warhol und befeuert die Sammlungen der Kunstjäger Charles Saatchi und François Pinault. Ein entspanntes Gespräch über Künstlerseelen und Ausstellungskunst. Seine Erfolgsidee: den Emotionen folgen.

Von Wolfgang Timpe und Erol Gurian (Fotos)

## Stiller Teilhaber.

„Ein Hineinschauen in die Welt“: Thaddaeus Ropac in seiner Salzburger Galerie vor dem Alex-Katz-Bild „Dancer 1“, 2010, Öl auf Leinwand, 213,4 x 152,4 cm.

**E**legante feine Physiognomie, zarte ausgeprägte Hände, klarer fester Schritt, dezente klare Präsenz. Seine schmale Figur füllt den Raum. Wenn Thaddaeus Ropac seinen Gast leger erzählend mit Bildbeschreibungen durch seine Galerie in Salzburg führt, schwebt man auf einer Wolke von Worten und einem Kokon aus entspannter Kunstatmosphäre in den Räumen der Villa Kast am Salzburger Mirabellplatz. Man ahnt, warum sich Künstler wie Andy Warhol (†) und Anselm Kiefer oder berühmte Sammler und Unternehmer wie Charles Saatchi (Saatchi Gallery in London) oder François Pinault (Museen Palazzo Grassi und Punta della Dogana in Venedig) ihm anvertrauen – und so künstlerischen und sammlerischen Erfolg pachten. Der 51-Jährige, weltweit respektierte Galerist ist ein Entdecker, ein Abenteuerer des Schönen, Guten und Wahren. Im Gespräch mit *GoSixt*-Chefredakteur Wolfgang Timpe verrät er eines seiner Erfolgsgeheimnisse: „Ich folge meinen Emotionen.“

Herr Ropac, Sie sind einer der einflussreichsten und erfolgreichsten Galeristen weltweit. Sie vertreten und betreuen zum Beispiel die deutschen Künstler Georg Baselitz und Anselm Kiefer, die US-Stars Andy Warhol oder Alex Katz. Was ist für Sie eigentlich Kunst? Wie wählen Sie die Künstler aus? Es geht immer um eine sehr persönliche Auswahl dessen, was man sich unter Kunst und Malerei von Heute vorstellt. Vieles was man heute sieht, entspricht nicht meinem Geschmack und meinem Qualitätskriterium, weil es bereits viel früher und besser gemalt wurde. Und die Wiederholung zeigt dann doch nur eine gewisse Fadheit.

Was ist für Sie Qualität? Auf jeden Fall muss es etwas Innovatives, Überraschendes für mich haben. Die Kunst muss bei mir eine gewisse Spannung erzeugen, die mich fesselt. Und dann kommt zur Innovation und zum Fesseln auch noch das Inhaltliche, das Umgehen des Künstlers mit Themen, wie zum Beispiel Georg Baselitz oder auch Anselm Kiefer mit deutscher Geschichte umgehen, diese in ihren Werken verarbeitet wird. Wenn das alles übereinstimmt, auch wie es gemacht ist, dann bildet sich eine Karriere heraus, dann entwickelt der Künstler einen ganz eigenen Schriftzug. Das alles bestimmt meinen sogenannten Qualitätsbegriff.

»Künstlerische Qualität muss Innovationen zeigen, mich fesseln und überraschen.«

Außer Ihrer Salzburger Galerie haben Sie auch in Paris noch eine Galerie über drei Stockwerke auf 800 qm. War die Seine-Metropole ein Selbstläufer? Nein. Die Pariser haben nicht darauf gewartet, dass ihnen ein Österreicher die Kunst erklärt. Unser Erfolg, den wir dort inzwischen nach 20 Jahren haben, ist eine Summe von Vielem, auch wie und welche Künstler wir präsentieren – zum Beispiel Baselitz oder Kiefer. Eigentlich bewundern die Franzosen Politik, Kunst und Kultur in Deutschland. Es gibt eine hohe Wertschätzung.

Sie haben gerade eine Ausstellung des US-Malers Alex Katz in Salzburg präsentiert. Was zeichnet die Arbeit von

### Feine Physiognomie.

Blick im 1. Stock Villa Kast auf Alex-Katz-Bild „Sara Mearns“, 2011, Öl auf Leinwand, 213,4 x 304,8 cm; Thaddaeus Ropac im Treppenaufgang seiner Galerie vor Georg-Baselitz-Bild „tre dite“, 2010, Öl auf Leinwand, 270 x 207 cm.



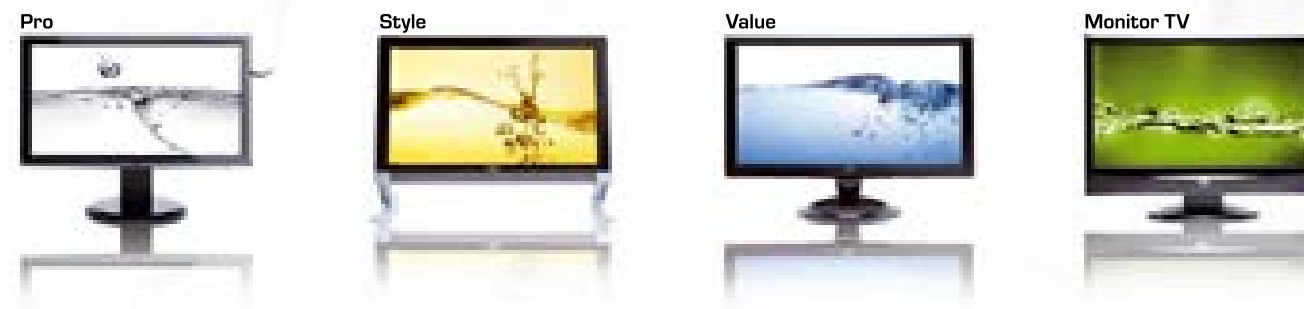
# AOC

## BRILLANTE VIELFALT

### STYLE, PERFORMANCE, GREEN



Mit vier Produktlinien und mehr als 30 Modellen bietet Ihnen AOC für nahezu jeden Anspruch und für jeden Einsatzzweck das perfekte Display in der richtigen Größe. Setzen auch Sie auf die attraktiven, preisgekrönten Markenprodukte von AOC. Auf unserer Webseite finden Sie alle Modelle. Dort können Sie auch unseren topaktuellen Katalog downloaden.



[www.aoc.com/eu](http://www.aoc.com/eu)



### Thaddaeus Ropac

ist in Klagenfurt, Kärnten, geboren. Nach einem Praktikum bei Joseph Beuys in Düsseldorf stellt er fest, dass es zum Künstler nicht reicht und startet mit Andy Warhol („der war 1984 entsetzt von meiner provinziellen Galerie in Salzburg“). Beuys hatte recht. Der 51-jährige Ropac hat ein Händchen für Kunst und Künstler, betreute Andy Warhol und ist heute mit seinem Stammhaus, der Villa Kast in Salzburg und der Galerie in Paris, die weltweite Top-Adresse für zeitgenössische Kunst. Neue Kunst-Impulse sieht er in China und Iran. [www.ropac.net](http://www.ropac.net)

„Man sollte eine Begabung haben, das Sehen zu vermitteln“: Thaddaeus Ropac in seiner Galerie Villa Kast vor Georg-Baselitz-Bild.

ihm aus? Alex Katz arbeitet extremst anders als zum Beispiel deutsche zeitgenössische Künstler. Katz kommt aus der Pop-Art und hat diese zur Malerei zurückgeführt. Er beschreibt die Oberfläche dessen, was porträtiert ist. Er geht nicht in die Tiefe, sondern bleibt ganz bewusst an der Oberfläche von Frauen- und Männerkörpern und Porträts. Er will die Leichtigkeit des amerikanischen Lebens beschreiben. Er schildert nicht die Leiden, das Innenleben der sehr schönen Frauen, sondern die Oberfläche. Deshalb wurde er viel zu lange in Europa übersehen. Alex Katz ist nicht oberflächlich. Seine Malerei ist eine ganz bewusste Beschreibung eines ganz bewussten Lebensstils. Eine Stilisierung.

Und der Baselitz mit den erdfarbenen Gesichtern und schwarzen Händen, vor dem Sie gerade stehen: Mehr Kontrast zu Katz geht doch nicht? Baselitz ist der größtmögliche Gegenpol zu Katz. Im Bild von Baselitz ist alles zweimal umgedreht: Die Gesichter sind auf den Kopf gestellt, und die schwarzen Hände als gemalte Negativfotografie vor hellem Grund. Hier kommt alles herüber, was das Leben prägt und ausmacht.

»Baselitz ist der Fahnenführer der ehrlichen Malerei, die in den Bauch geht, sich selbst fordert.«

Inwiefern? Georg Baselitz stellt in Deutschland die Fortsetzung des Expressionismus von Beckmann, Schmidt-Rottloff oder Otto Dix zu Beginn des vorigen Jahrhunderts dar. Baselitz ist der Fahnenführer der ehrlichen Malerei, die in den Bauch geht. Man hat bei ihm das Gefühl, es ist aus dem Bauch heraus gemalt worden und weniger vom Kopf her – wobei er ganz klare Vorstellungen hat, wie ein Bild aussehen muss. Eine Malerei, die sich auch immer wieder selbst fordert.

Was bedeutet für Sie Emotion in der Kunst? Wenn Kunst nicht berührt, eine Regung auslöst, dann könnte ich mit

dem Künstler nicht arbeiten. Ich brauche einen engen emotionalen Zugang zum Künstler, zu seiner Arbeit.

Wie gelingt Ihnen dann der Sprung von der Künstler-Anteilnahme zum Galeristen, zum Verkäufer Thaddaeus Ropac? Alles, was man kalkuliert und des Investments wegen macht, ist bei Weitem nicht so erfolgreich, wie das, was man aus der Überzeugung heraus unterstützt. Diese qualitative Konsequenz wird auch irgendwann merkantil interessant. Die tollsten Kunstsammlungen auf dieser Welt sind im Bewusstsein entstanden, die beste Kunst und die interessantesten Künstler zu sammeln.

Aber der Kunsthandel folgt doch börsenähnlichen Strukturen? Es sind Sammlungen als Investment entstanden, um Geld zu verdienen. Im Vergleich können Sie jedoch feststellen, dass der, der aus reiner Überzeugung gehandelt und die beste Qualität gesucht hat, merkantil besser ausgestiegen ist als der, der versucht hat zu spekulieren, was morgen interessant sein und teurer werden könnte.

Was empfiehlt der Galerist Thaddaeus Ropac also? Es ist einfach unvergleichlich, wenn man von seinem Gefühl und der Qualitätskontrolle her einfach auf die Künstler setzt, die einen emotional und intellektuell ansprechen. Das sind die Wichtigsten. Und so schafft man sich dann als Sammler eine Künstlerauswahl.

Haben Sie uns gerade das Erfolgsgeheimnis der Galerie Thaddaeus Ropac der vergangenen gut 25 Jahre erzählt? Als Galerist ist man der Vermittler zwischen dem Künstler und einem Publikum, das professionell im Kunstbetrieb arbeitet wie Kuratoren, Kritiker oder Sammler. Oder auch jemand, der beginnen möchte, Kunst zu sammeln, eine Spur im Kunstbetrieb sucht.

Welche Qualifikation braucht man als Galerist? Man sollte eine Begabung haben, das Sehen zu vermitteln. Kunst ist ein Hineinschauen in die Welt.

Umringt von tausenden Barrakudas, kreisen deine Gedanken einmal mehr darum, diese wundersame Welt zu bewahren.

NATIONAL GEOGRAPHIC

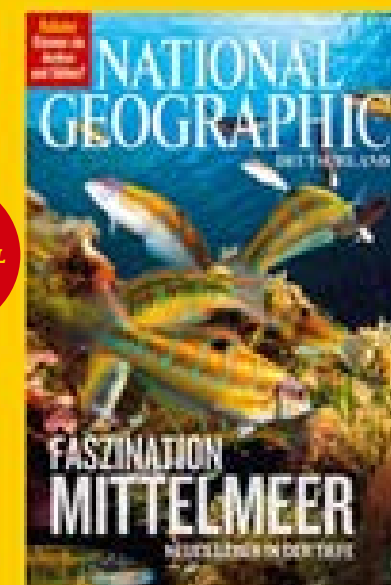
gürtlerbachmann

Das Mittelmeer und seine Schätze.  
Wie in geschützten Ökosystemen Leben entsteht.

Weitere Reportagen: Fortschritte in der Roboterforschung  
und das Geheimnis des Adirondack-Naturparks.

Abenteuer von Welt.

JETZT  
IM HANDEL





„Man darf Künstler nicht aufhalten“. Thaddaeus Ropac in seinem Büro vor einem Alex-Katz-Bild, das die Frau des Künstlers zeigt.

## SATZANFÄNGE THADDAEUS ROPAC

### Vernissagen sind ...

Treffen zwischen dem Künstler, seinem Werk und der Öffentlichkeit. „Vernisse“, das Abschließen der Oberfläche des Bildes und das erste Enthüllen eines Werkes.

### Schönheit kann ...

verletzend sein, einen Schauer auslösen und auf die dunklen Ecken unseres Daseins aufmerksam machen.

**Malerei und Sex ...** um Sex oder Leidenschaft, Sinnlichkeit oder Sensualität geht es für Künstler immer, und so muss es auch sein, weil es ein zentrales Thema unseres Lebens ist.

**Musen sind ...** Wesen, die Künstler zu irgendeiner Spitzenleistung anregen können. Positiv oder negativ, erhebend

oder zerstörend.

**Eine Welt ohne Galeristen ...** würde es dem Künstler schwieriger machen, die richtige Öffentlichkeit zu finden. Und dem Sammler würde es sehr schwer machen, einen Zugang zu den Spitzenwerken zu finden.

**Salzburg hat ...** eine Musikbesessenheit.

**Paris hat ...** ein kosmopolitisches Flair.

**New York hat ...** einen Underground.

**Ferien und Thaddaeus Ropac ...** das ist genau eine Woche im Jahr, wo ich alles anhalte. Ich habe einfach nicht mehr Zeit. Und dann meistens eine exotische Destination wie China oder Iran.

**Disziplin ist ...** hart zu arbeiten, um das zu erreichen, was man sich vorgenommen hat.

**Mein Familienleben ...** das ist eingeschränkt, weil die Arbeit meine Familie ist. Meine Galerie habe ich zum Zentrum meines Lebens gemacht und darum kreist mein Leben.

**Essenseinladungen nach Hause sind ...** einfach die Chance, Menschen miteinander bekannt zu machen, die sich sonst nicht über den Weg laufen würden.

**Kitsch ist ...** das Bedürfnis nach einer falschen Schönheit.

**Wenn ich etwas haben möchte ...** dann versuche ich, das mit einer

großen Hartnäckigkeit zu erreichen.

**Karriere bedeutet ...** meine ehrgeizigen Vorstellungen von Erfolg einzulösen.

**Genuss hat ...** etwas, was ich erst erlernen musste, weil das nächste Thema immer vorne ist.

**Luxus braucht ...** Zeit, das zu genießen, was man erreicht hat.

**Meine Kindheit ...** ist ein Gefühl von Freiheit, was mir irgendwann abhanden gekommen ist.

**Die Pariser sind ...** viel offener, als man es ihnen zutraut.

**Heimat ist für mich ...** einfach Wurzeln zu spüren.

**Eurofighter Typhoon**

Nachtsicht

Ref. 6220-2  
899,- €  
[bestellung@pointtec.de](mailto:bestellung@pointtec.de)

**WURSCHMAYER**

[www.pointtec.de](http://www.pointtec.de)  
**MADE IN GERMANY**

**EurofighterTyphoon**  
**Die Uhr für die Elite Piloten**  
**Limited Edition 1000 Stück**

Ref. 6220-2 Chronograph Automatic  
Uhrwerk: ETA Valjoux 7750, 25 Jewels, Swiss Made  
Sapphire Crystal, Glasboden  
w/ 5 atm. Edeltstahlgehäuse Ø 42mm

# „Aufrütteln der Sinne“

**Salzburger Couch.**  
Familien-Aufstellung im Großbürgerhaus  
der Kultoper „Die Hochzeit des Figaro“.

*Gipfel-Gespräch. Mit  
Helga Rabl-Stadler, Präsidentin  
der Salzburger Festspiele,  
sprach GoSixt-Chefredakteur  
Wolfgang Timpe über  
Können, Kunst und Kommerz.*

FRAU RABL-STADLER, WAS MACHT EIGENTLICH EINE PRÄSIDENTIN DER SALZBURGER FESTSPIELE?

Für mich sehe ich drei Hauptaufgaben: Erstens repräsentiere ich die Festspiele, bin quasi die Außenministerin. Das heißt, ich versuche in der ganzen Welt, aber auch im nahen Umfeld die Ideen der Festspiele zu vertreten. Die Salzburger Festspiele machen Auslandspräsentationen in London, Paris, Zürich und New York sowie Shanghai und Rio de Janeiro. Zweitens bin ich hauptverantwortlich für die Akquisition von Sponsoren und das Ansprechen der Mäzene. Das heißt, durch das Mehr an Geld mache ich mehr Kunst möglich. Und drittens fühle ich mich als Anwalt des Publikums. Ich kämpfe dafür, dass programmatisch und baulich Wünsche des Publikums erfüllt werden.

*„Das Ohr aufwecken, die Augen, das Denken. Den Festspielen gibt dieses Anrühren der Sinne ihre wahre Kraft.“*

WIE HAT ES SALZBUG GESCHAFFT, SEINE SOMMER-FESTSPIELE ZU EINER GLOBALEN MARKE ZU KREIEREN?

Schon die Gründer der Festspiele, Hugo von Hofmannsthal, Max Reinhardt und Richard Strauss, wollten die Festspiele nicht als lokales Ereignis, sondern als Weltereignis. Sie träumten davon, in Salzburg, das Hofmannsthal so wunderbar als Herz vom Herzen Europas beschrieb, ein Festspiel zu machen. Die Kunst sollte die vom Krieg gegeneinander gehetzten Völker wieder miteinander versöhnen. Darum ist es uns auch heute noch wichtig, das Thema Kunst als Friedensbringer stark herauszustreichen. So wird im Sommer 2011 Daniel Barenboim mit seinem West Eastern Divan Orchester und Gustavo Dudamel mit dem Simon Bolivar Orchester in Salzburg gastieren.

WAS UNTERSCHIEDET DIE SALZBURGER VON DEN BAYREUTHER FESTSPIELEN?

Die Bayreuther Festspiele sind der Weihetempel für Wagner und dessen Werk. Salzburg hingegen hat Mozart als Kernaufgabe, aber laut dem Gründungsauftrag hat alles Platz, wenn nur die Qualität stimmt – „Oper und Theater, von beiden das Beste“. Von Gluck bis Verdi, von Haydn bis Henze.

APROPOS MARKENZEICHEN: WARUM SCHAFFT ES DAS JÄHR- LICHE BUHLSCHAFT-SPEKTAKEL IMMER WIEDER, SEIN PUBLI- KUM MIT DEM „JEDERMANN“ ZU FASZINIEREN? IST WIEDERHO- LUNG NICHT LANGWEILIG?

Der „Jedermann“ bringt die großen Themen der Menschheit, Liebe, Tod, Glaube, Sinn des Lebens. So ein Stück ist immer aktuell. Vor allem, wenn man es wie die Salzburger Festspiele in der packenden Inszenierung von Christian Stückl und mit einer handverlesenen Schar von Schauspielern, wie Nicholas Ofczarek und Birgit Minichmayr oder Ben Becker und Peter Jordan, besetzt. Wenn am 29. August 2011 der letzte „Jeder- mann“ in Szene geht, dann ist dies seine 600. Aufführung. Eine Erfolgsgeschichte, die kein Stück bei keinem Festspiel der Welt je hatte.

NEBEN DER MUSIK UND DEM SCHAUSPIEL SPIELT AUCH DIE KUNST EINE IMMER WICHTIGERE ROLLE IM MIX DER SALZBUR- GER FESTSPIELE. WIE WICHTIG WAR FÜR DIESE ENTWICKLUNG DER GALERIST THADDAEUS ROPAC?

Thaddaeus Ropac ist ein mittlerweile über Europa hinaus be-

kannter Galerist und wunderbarer Gastgeber. Er hat die Fest- spiele klug als Trägerrakete genützt, und wir können wieder- um durch ihn die jahrzehntelange Praxis, Künstler als Bühnenbildner mit Ausstellungen an die Festspiele zu binden, fortsetzen. In diesem Sommer zum Beispiel haben wir eine Ausstellung des von ihm betreuten Künstlers Stephan Balken- hol, eine echte Win-Win-Situation. Balkenhol hat für einige Wochen die schönste Galerie der Welt, und wir durch ihn eine beeindruckende Schau in den Foyers im Haus für Mozart.

WAS MACHT FÜR SIE DIE FASZINATION VON KUNST UND MUSIK AUS?

Dass sie Herz, Seele und Verstand ansprechen. Besonders gut hat das der Dichter unserer Uraufführung „Die vier Himmels-



Präsidentin und Sponsoren-Sammlerin Helga Rabl-Stadler: „Durch das Mehr an Geld mache ich ein Mehr an Kunst möglich.“

richtungen“, Roland Schimmelpfennig, formuliert: „Gelun- gene Stücke nehmen ihre Zuschauer mit, sie machen neugier- ig. Sie entwickeln einen Sog. Sie sind unberechenbar, manchmal schwer und trotzdem unwiderstehlich.“

WELCHE ZIELE HAT DIE FESTSPIEL-PRÄSIDENTIN FÜR DIE NÄCHSTEN JAHRE?

Wir wollen etwa 260.000 Karten verkaufen. Im Vergleich: Bay- reuth hat 57.000 Karten. Das ist eine große Herausforderung, die Qualität zu bieten und das Publikum zu finden. Die groß- artigen Ergebnisse der letzten Jahre – 2010 lag die Auslastung bei 94,7 Prozent – geben uns den Mut zu neuen Abenteuern.

*„Gelungene Stücke nehmen ihre Zuschauer mit und machen neugierig. Sie entwickeln einen Sog.“*

WIE LAUTET IHR SALZBURGER FESTSPIEL-MOTTO 2011?

Das Ohr aufwecken, die Augen, das menschliche Denken. Wir haben uns dieses Motto vom Humanisten Luigi Nono geborgt, für den dies die eigentliche Aufgabe der Kunst war. Den Fest- spielen gibt dieses Aufrütteln der Sinne, dieses Anrühren der Seele seit den Gründungstagen ihre wahre Kraft.

[WWW.SALZBURGERFESTSPIELE.AT](http://WWW.SALZBURGERFESTSPIELE.AT)



*Claudia, 41*  
BANKKAUFFRAU

Lust auf eine  
sinnliche *Entdeckungsreise?*

Entdecke *Secret* – den sicheren Ort für selbstbestimmte Erotik. Jetzt anmelden unter [www.secret.de](http://www.secret.de)

# STÄRKE ZEIGT GESICHT

Die Künstlerin Nahid Shahalimi über ihre Mutter und ihre Ausstellung „We, the Women – Germany“; Porträtmalerei aus Wachs von berühmten deutschen Frauen.

Öftmals wird ganz allgemein von Stärke gesprochen. Sie jedoch mit all ihren Konnotationen, Fähigkeiten und Nuancen zu definieren, ist eine schwierige Aufgabe – eine, die nicht ohne Weiteres mit Worten zu bewältigen ist. Meiner Meinung nach hat Stärke Gesichter. Genau genommen hat Stärke viele unterschiedliche Gesichter.

Eines von ihnen gehört meiner schönen Mutter, Ehefrau einer seinerzeit hoch respektierten politischen Persönlichkeit in Afghanistan, des verstorbenen Abdul Hakim Shahalimi. Selbst in eine extrem arme Familie geboren, war er zum Zeitpunkt seines Todes nach lebenslanger, harter und ehrlicher Hingabe für sein Land und dessen Menschen einer der wohlhabendsten Männer Afghanistans.

Dennoch trauerte meine Mutter nie dem Luxus ihres Zuhauses und ihrer Geburtsrechte nach, als deutlich wurde, dass Geld Gier und unmoralisches Verhalten anzieht. Trotz ihres beträchtlichen Wohlstands war ihr Leben nun, da sie den weißen Schal trug, der sie als Witwe kennzeichnete, wertlos. Sie schritt durch die Tore ihrer 37 Zimmer umfassenden Villa auf dem vier Morgen großen Grundstück, das sich mitten in Karte-Char, einem noblen Stadtteil Kabuls, befand, und umfasste nichts als ihre kostbarste Habe: die Hände ihrer vier kleinen Töchter. Zu diesem Zeitpunkt war sie 26 Jahre alt.

Ich erinnere mich, wie wir uns über mehrere Tage ohne Nahrung und Wasser zum großen Teil zu Fuß über die zerklüfteten Berge Afghanistans von Kabul entfernten. Während dieser gefährlichen Reise ritten wir oftmals auf Eseln hoch oben auf den schmalen Bergpfaden, die mitunter sogar für einen Kinderfuß zu schmal waren. Einzig und allein die Stärke meiner Mutter führte uns alle in die Sicherheit. Sie brachte mir bei, wie ich meinen Träumen nachgehe, und dass ich Misserfolge nie als einen negativen Aspekt des Lebens sehen, sondern sie in eine Schachtel legen und unter dem Stichwort Erfahrung verbuchen solle.

Ihr Optimismus macht süchtig. Ihr Wille, niemals aufzugeben, ist unerlässlich für das Leben.

Genau so wie die Frauen, die ich in meinem neuesten Projekt „We, the Women – Germany“ sorgfältig ausgewählt habe.

Um Gesichter der Stärke durch meine ultimative Leidenschaft für die Malerei zu porträtieren, habe ich mich von einigen der herausragenden weiblichen Persönlichkeiten Deutschlands inspirieren lassen. Sie haben den Weg geebnet für ein kleines Mädchen, das es gewagt hat, sich selbst etwas zu versprechen, nachdem es im zarten Alter von elf Jahren eines seiner wertvollsten Besitztümer verlor: den Ort, den es Zuhause nannte. Das Versprechen: All den Mädchen Hoffnung zu machen, den großartigen Persönlichkeiten wie den Frauen in diesem Projekt nachzueifern und zu ihnen aufzuschauen.

Zum Beispiel die bemerkenswerte Liz Mohn. Sie hat durch ihre Initiative für Veränderung und das Wohlergehen der Menschheit im Rahmen von Projekten der Bertelsmann Stiftung sowie durch ihre bedeutende Rolle bei der Gestaltung von Gesetzen für Deutschland, um die Grundlage des Systems zu verändern, Enormes bewirkt. Letztendlich wünscht sie sich, dass man sich an ihr „positives Denken“ erinnert, wie sie mir bewundernswert und freundlich in ihrem Interview erzählt. Oder Regina Ziegler beispielsweise, ist der Gedanke, mit Jugendlichen zusammenzuarbeiten, derart wichtig, dass ihre Augen strahlen, wenn sie beginnt, darüber zu sprechen, was sie den motivierten Mädchen und Jungen vermittelt, die sie unterrichtet.

Diese Frauen personifizieren Stärke, machen sie sichtbar und greifbar. Sie sind mutig. Sie sind engagiert. Sie sind intelligent. Sie geben nicht auf. Sie wissen genau, was sie wollen. Und vor allem haben sie eine Vision und inspirieren andere Menschen – wie meine Mutter.

Eine meiner Lieblingsäußerungen dieser schönen Frauen sagte mir Patricia Riekel, Chefredakteurin der Zeitschrift „Bunte“: „Niemand anderer ist verantwortlich für eine Tat, für die Du dich entscheidest – nur Du als Mensch kannst und solltest die Verantwortung übernehmen für das, was Du tust oder nicht tust.“ Stärke hat viele Gesichter.

WWW.NAHIDSHAHALIMI.COM

PHOTO: MATIAS EHEGARTNER

## NAHID SHAHALIMI

wurde in Kabul (Afghanistan) geboren und ist eine der produktivsten zeitgenössischen Künstlerinnen. Heute lebt sie in München, wuchs jedoch im Kreis ihrer Familie in Pakistan, Spanien, Deutschland, den USA und Kanada auf.

Kanada ist für Shahalimi eine zweite Heimat, das Land, das sie bei der World Tour 2000 als professionelle Volleyballerin vertrat. In Kanada machte sie auch ihren Universitätsabschluss in Internationale Politik und Südostasien-Studien – mit Auszeichnung. Ihren ersten künstlerischen Erfolg feierte

Shahalimi, indem sie im Alter von 16 Jahren den 3. Platz bei einem kleinstädtischen Kunstwettbewerb gewann.

Im März 2010 initiierte Nahid Shahalimi dann zudem erfolgreich ihr renommiertes Projekt „We, the Women – Germany“ („Wir, die Frauen – Deutschland“). Es zeigt eine neue Kollektion von Wachsmalereien, für die unterschiedliche Medien verwendet wurden und die zu Ehren starker weiblicher Persönlichkeiten wie Liz Mohn, Patricia Riekel oder Regine Sixt geschaffen wurden.



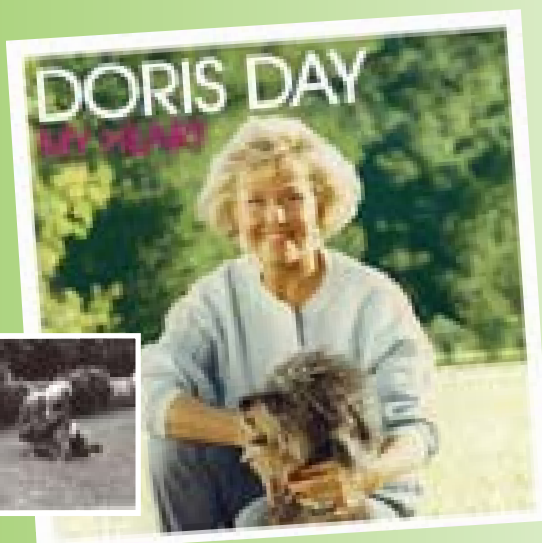
„Meine Mutter brachte mir bei, wie ich meinen Träumen nachgehe, und dass ich Misserfolge nie als einen negativen Aspekt des Lebens sehen, sondern sie in eine Schachtel legen und unter dem Stichwort Erfahrung verbuchen solle.“

Regine Sixt and Nahid Shahalimi neben ihrem Porträt von der Unternehmerin.

## BILDER ESSAYS Stil-Ikonen KLARE FORM

**NAMEN SIND FREIHEIT.** Zaha Hadid, Daniel Libeskind oder Oscar Niemeyer etwa: Sie und andere haben seit 2000 für die Serpentine Gallery in Kensington Gardens „Sommerpavillons“ entworfen. Temporäre Kunst, zeitlose Klarheit, zügellose Freiheit ohne Bau- und Bauherren-Dogmen. Wie das fein austarierte Ufo von Olafur Eliasson & Kjetil Thorsen. Es modernisiert die viktorianische Umgebung und schafft sphärische Innenräume: Licht, Luft, Geist. Mit den Schmuckstücken der Serpentine Gallery editiert Taschen reine Sehnsucht. Gucken, staunen, lesen. Magische Raum-Essays.

**SERPENTINE GALLERY PAVILLIONS**, Philip Jodidio; Taschen-Verlag; Hardcover; 30 x 30 cm; 356 S.; 39,99 Euro

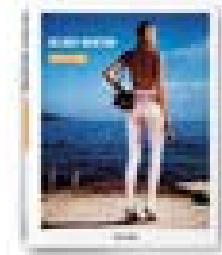


## AUDIO I Sixty-Kult RETRO-HIP!

**STIMME ZÄHLT.** Doris Day, 87. Die singende Hollywood-Diva, legendär als „Que Sera“-Mama-Nervensäge im Hitchcock-Thriller „The Man Who Knew Too Much“, will es wissen. Neue Songs wie „My Heart“, Coversong von Joe Cockers „You are so beautiful“ (gewagt, gelungen!) und den Klassiker „My Buddy“. 87 jung und old fashioned? Nö. Smarter Sixty-Kult 2011.

**MY HEART**, Doris Day; Sony Music; 12 Songs; Audio CD 16,99 Euro.

## BILDBAND Genre-Bilder

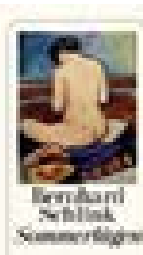


**HELMUT NEWTON, POLAROIDS**; Taschen; Hardcover 21 x 27,5 cm; 224 S.; 39,99 Euro

**POLAROIDS? WELCOME YESTERDAY!** Ja, in den seligen

70er und 80er Jahren waren die Sofortbilder Kunst und Alltags-Hip. Schnell, entlarvend, grell. Etwa Newtons Saint-Tropez-Bilder von 1978: spektakulär! Artifizielle Chiffren der Zeitläufte als Lifestyle noch Freizeit hieß. Polaroids im Digi-Zeitalter? Ja! Welcome today.

## HÖRBUCH Mini-Kosmos



**GEBLITZTE ROMANE.** Sohn sucht den Vater, Frau eine späte Liebe, Totgeweihter Familienglück: Die melancholischen Schlink-Miniaturen erzählen die Suche nach großem Glück im kleinen Leben. Und Hans Korte

sonore Stimme macht daraus Kino. Hören, wegträumen, sich befragen.

**SOMMERLÜGEN**, von Bernhard Schlink; Erzähler: Hans Korte; Diogenes Hörbuch; 7 Std 56 Min.; 20,95 Euro

## AUDIO II Hüft-Shaker

**GUTE LAUNE SWINGT.** Der unnachahmliche Hüftschwung ist ihr Erkennungszeichen, Stimme, Sound und Rhythmus-Mix machen die Marke. Shakiras „Sale El Sol“-Album vereint Songs im Waka-Waka-WM-Look („Loca“), Getragenes in „Sale El Sol“ oder Erogenes mit „Tu Boca“. Ob Country-, Pop-, Hip-Hop- oder Soul-Style: Shakiras sinnlicher Drive lebt vom smarten Hüft-Shaker und ihrer reinen Stimme. Schöne Sommer-Sehnsucht.

**SALE EL SOL**, Shakira; 17 Songs; MP3 Download Amazon/iTunes 4,98/4,99; Audio CD 11,98 Euro



**LED LENSER®**  
Creating New Worlds of Light!

Beeindruckende  
Lichtleistung  
Vollendetes Design

**LED LENSER® M1**

Der Herkules der M-Serie ist die LED LENSER® M1. Die Lithium-Batterie ermöglicht eine bis heute kaum erreichte Helligkeit, kombiniert mit langer Lagerfähigkeit aufgrund geringer Selbstentladung. Nahezu temperatur-resistent verrichtet diese Batterie als Kraftquelle ihre Arbeit in dieser vollendeten Hightech-LED-Taschenlampe.

Erhältlich im Fachhandel.

Einer der Weltmarktführer bei LED-Metalltaschenlampen

**ZWEIBRÜDER® OPTOELECTRONICS**

www.zweibrueder.com



red dot design award  
winner 2010

# DAS SCHÖNSTE AN EINEM TRAUM IST, WENN ER GREIFBAR WIRD.

*Die CR-V 50 Jahre Edition Modelle.*



## Freuen Sie sich auf das große Ganze.

Die Modelle der CR-V 50 Jahre Edition sind neben einer umfangreichen Serienausstattung mit z. B. 17-Zoll-Leichtmetallfelgen, Klimaanlage und Nebelscheinwerfern zusätzlich mit zahlreichen Premium-Extras ohne Aufpreis bestückt. Zu den Highlights gehören Parksensoren vorne und hinten, Sitzbezüge in Alcantara-Lederdesign<sup>1</sup>, DVD-Navigationspaket<sup>1</sup> (mit dynamischer Routenführung, 6,5-Zoll-Touchscreen-Display, Sprachsteuerung, Rückfahrkamera und Bluetooth®-Freisprecheinrichtung).

**Die CR-V Edition Jubiläumsangebote schon ab 24.990,-€<sup>2</sup> oder mit einem Preisvorteil von bis zu 5.035,-€<sup>3</sup>.**

Weitere Informationen zu den Sondermodellen 50 Jahre Edition erhalten Sie bei allen teilnehmenden Händlern und auf [www.honda.de](http://www.honda.de)

Abbildung zeigt Sonderausstattung.

<sup>1</sup> Für bestimmte Modelle verfügbar. <sup>2</sup> Gilt für CR-V 2.0 Comfort Edition. <sup>3</sup> Preisvorteil gilt für CR-V 2.0 Executive 50 Jahre Edition im Vergleich zur unverbindlichen Preisempfehlung der Honda Deutschland GmbH von 36.800,- €.

Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 8,0–11,1; außerorts 5,6–6,9; kombiniert 6,5–8,4. CO<sub>2</sub>-Emission in g/km: 171–195. (Alle Werte gemessen nach 1999/100/EG.1)

