

DAS BESSERE BERLIN

LEIPZIG IST DIE
NEUE KREATIV-
HAUPTSTADT.
WER DAS BE-
HAUPTET, MACHT
SICH IN BERLIN
KEINE FREUNDE.
ES IST DESHALB
ABER NICHT FALSCH

Leipzig ist die neue Kreativhauptstadt. Wer das behauptet, macht sich in Berlin keine Freunde. Es ist deshalb aber nicht falsch

Text David Selbach Fotos Jörg Gläscher

Wer die Zukunft von Leipzig sucht, kann sie fast überall finden. Zwischen alten Fabrikhallen und eisernen Schiebetoren, von denen der Lack abblättert. In verfallenen Jugendstilhäusern, in die es durchs Dach regnet. Oder in Kinosälen, in denen schon zu DDR-Zeiten keine Filme mehr liefen. „In Leipzig ist unglaublich viel Platz“, sagt Gerd Harry Lybke, Inhaber der Leipziger Galerie Eigen + Art und Entdecker des Malers Neo Rauch. „Hier kannst du noch alles werden. Wie in New York, als die Künstler die alten Industriequartiere besetzten.“

Aber etwas ist doch völlig anders als in New York. In der Stadt der Buchmesse brauchen sich die Kreativen auch in den nächsten Jahren keine Sorgen zu machen, dass ihnen der Platz ausgeht. Denn in Leipzig steht auch 20 Jahre nach der Wende noch ein Fünftel der Büroflächen leer, außerdem 43.000 Wohnungen; und über 1500

FORTSETZUNG AUF SEITE 32

Aber etwas ist doch völlig anders als in New York. In der Stadt der Buchmesse brauchen sich die Kreativen auch in den nächsten Jahren keine Sorgen zu machen, dass ihnen der Platz ausgeht. Denn in Leipzig steht auch 20 Jahre nach der Wende noch ein Fünftel der Büroflächen leer, außerdem 43.000 Wohnungen; und über 1500

20



21

LÜCKENFÜLLER

**SESSELLIFT**



24

**HIER KANNST DU NOCH ALLES
WERDEN. WIE IN NEW YORK**



**VIER MILLIARDEN UMSATZ KOMMEN VON DEN
LEIPZIGER KREATIVEN**

25







SUSANNE IRMSCHER

SUSANNE IRM

Mit neun Kommilitonen von der Hochschule für Grafik und Buchkunst hat sich Susanne Irmischer 2005 selbständig gemacht. Genauer: Die zehn Grafiker haben ein ausgedientes Ladenlokal in Connewitz gemietet, Siebdruck-Tische hineingeräumt, eine Theke eingebaut. Und angefangen, „etwas gemeinsam zu machen“. Ihr Designerkollektiv „Fifi“ startete als Mischung aus Büro, Druckerei und Laden für Plakate, T-Shirts und Kunst-Verpackungen. Und gehörte in dem Stadtteil zur kreativen Vorhut.



GERD H. LYBKE

Zu DDR-Zeiten stellte er sich als Aktmodell vor die Nachwuchskünstler der Leipziger Akademie. Später begann er, mit Kunst zu handeln, entdeckte nach der Wende den Ausnahmekünstler Neo Rauch und avancierte mit seiner Galerie Eigen + Art zu einer der wichtigsten Figuren der deutschen Kunstszene. Das Zentrum seiner Arbeit liegt seit Mitte der neunziger Jahre in der Baumwollspinnerei – einem Industriedenkmal in Lindenau.



RENE REINHARDT

Der Berliner kam 1993 mit Freunden nach Leipzig und verliebte sich in ein leer stehendes Kino in der Karl-Heine-Straße in Plagwitz – damals ein Problemviertel. Doch Reinhardt, der zuvor das Theaterhaus in Jena mit aufgebaut hatte, nahm sich des alten Lichtspielhauses an. Heute leitet er dort das Theater „Schaubühne Lindenfels“, das als gemeinnützige Aktiengesellschaft seinem Publikum gehört. Gegen Anteilscheine, die lokale Künstler gestaltet haben – zu 24 Euro pro Stück.



KAY A. SCHÖNEWERK

Studiert hat Schönewerk an der Journalismus-Fakultät der Leipziger Uni, schrieb dann für MDR und *Leipziger Volkszeitung* und gründete 2000 ein Journalistenbüro in einer Industriehalle im Stadtteil Plagwitz. Inzwischen hat sich seine Firma zu einer über 40-köpfigen Agentur für Corporate Publishing und PR entwickelt, entwirft Kundenmagazine und Websites. Er findet in Leipzig den nötigen Nachwuchs, um mit seinem Unternehmen weiter zu wachsen. Und konkurrenzlos günstige Mieten.



BASTIAN LANGE

Der Geograf und Ethnologe forscht am Leibniz-Institut für Länderkunde in Leipzig. Er vergleicht die Stadt in einem EU-Projekt mit Konkurrenten wie Amsterdam, München oder Riga – und geht der Frage nach, wie Metropolen es internationalen Wissensarbeitern möglichst bequem machen können. Eine Antwort: mit einer blühenden Kunst- und Kreativszene und viel Platz, Neues auszuprobieren. Leipzig hat aus seiner Sicht das Zeug, langfristig zu einer europäischen Gewinnerstadt zu werden.

30



JANA EGGERS

Die Vorstandschefin des Internetunternehmens Spreadshirt vergleicht Leipzig mit dem Berlin der Nachwendezeit. Wie in Friedrichshain und Mitte stehen riesige Flächen leer, sind Altbauten für wenig Geld zu bekommen. Anders als in der Hauptstadt wächst die Kreativwirtschaft und alles, was sie nach sich zieht, in Leipzig aber langsam in den Leerstand hinein. Organisch – deshalb gibt die Amerikanerin Eggers ihrer Wahlheimat auch bessere Chancen, sich den Charme noch länger zu bewahren.

31

FORTSETZUNG VON SEITE 20

► Bauten aus der Gründerzeit drohen zu verfallen, weil sich niemand um sie kümmert. Die Stadt, in der zu ihren besten Jahren fast 700 000 Menschen lebten, ist nach der Wiedervereinigung auf knapp über 500 000 Einwohner geschrumpft.

In dieser leeren, bisweilen auch trostlosen Metropole, in der schon zu Erich Honeckers Zeiten Underground-Künstler Altbauten besetzten, blüht jetzt die kreative Szene. Weil der Platz nach dem Mauerfall spottbillig war, entdeckten Deutschlands Künstler Leipzig für sich. „Sie kamen aus Frankfurt am Main, aus München und Köln, weil sie spürten, was hier noch möglich ist“, sagt Galerist Lybke, der viele dieser Maler, Künstler und Bildhauer später in seine Kartei aufnahm. Gleichzeitig rissen sich Studenten verkommene Ladenlokale, große sanierte Wohnungen und Industriebrachen für symbolische Mieten unter den Nagel. Und legten einfach los. Doch denn junge Leute mit frischen, kruden Ideen gibt es in Leipzig reichlich: Hier sitzen die Hochschule für Grafik und Buchkunst (HGB), die Kunsthochschule und die renommierte Journalistikabteilung der Universität.

In dieser leeren, bisweilen auch trostlosen Metropole, in der schon zu Erich Honeckers Zeiten Underground-Künstler Altbauten besetzten, blüht jetzt die kreative Szene. Weil der Platz nach dem Mauerfall spottbillig war, entdeckten Deutschlands Künstler Leipzig für sich. „Sie kamen aus Frankfurt am Main, aus München und Köln, weil sie spürten, was hier noch möglich ist“, sagt Galerist Lybke, der viele dieser Maler, Künstler und Bildhauer später in seine Kartei aufnahm. Gleichzeitig rissen sich Studenten verkommene Ladenlokale, große sanierte Wohnungen und Industriebrachen für symbolische Mieten unter den Nagel. Und legten einfach los. Doch denn junge Leute mit frischen, kruden Ideen gibt es in Leipzig reichlich: Hier sitzen die Hochschule für Grafik und Buchkunst (HGB), die Kunsthochschule und die renommierte Journalistikabteilung der Universität.

Damit nicht genug: Nach Schätzungen der Stadtverwaltung arbeiten bereits fast 30 000 Leipziger in der kreativen Szene. Gleichzeitiger Umsatz der Kunst- und Kreativwirtschaft und bringen pro Jahr rund vier Milliarden Euro Umsatz in die Stadt. Mindestens 3000 von ihnen, haben Wissenschaftler des Leibniz-Instituts für Länderkunde der Leipziger Universität herausgefunden, sind reine Wissensarbeiter oder Künstler; Menschen, die ausschließlich mit ihren Ideen ihr Geld verdienen. Die übrigen setzen, drucken oder programmieren. Und die Stadtväter erhoffen sich von all den Designerkollektiven, Werbeagenturen und Internetfirmen, die im Windschatten der Kunstgalerien stehen, nun ehemalige Problemviertel wie Plagwitz, Connewitz und Lindenau bevölkern, zur Stadt der neuen Medien aufzusteigen.

Das wichtigste Vorzeigeprojekt der Leipziger Digital-Bohème ist und bleibt aber die „Baumwollspinnerei“ am Rande von Lindenau. Ein 100 000 Quadratmeter großer Abenteuerspielplatz aus rotem Backstein mit Kopfsteinpflaster.

Selbst hier, wo die Mieten sogar noch 30 Prozent unter dem Mietspiegel des umliegenden Viertels liegen, stehen weiterhin Räume leer. Lybke war einer der Ersten, die Mitte der neunziger Jahre ihre Galerie aus dem Zentrum Leipzigs in die Spinnerei-Hallen im alten Arbeiterstadtteil verlegten. „Leipzig bietet heute, was in

Berlin für einige Jahre nach der Wende möglich schien“, sagt Lybke, der selber vor Meisterklassen der Kunsthochschule Modell saß, bevor er seine Galerie eröffnete. „Wir sind weiter unten gestartet als München. Aber in Leipzig“, sagt Lybke, „kannst du dafür jeden Morgen aufs Neue entscheiden, was du sein willst.“

René Reinhardt spürte den besonderen Geist 1993, als er mit Freunden vor dem vernagelten Lichtspielhaus in der Karl-Heine-Straße stand. Vorher hatte er in Jena das Theaterhaus mit aufgebaut und wollte jetzt in einer größeren Stadt etwas anfangen.

Zurück in seine Heimat Berlin zu gehen kam für ihn nicht infrage. „Dort muss man mit allem zu schnell zu hip sein“, sagt Reinhardt. „Wir standen also vor die Zeitigen rissen sich Studenten verkommene Ladenlokale, große sanierte Wohnungen und Industriebrachen für symbolische Mieten unter den Nagel. Und legten einfach los. Doch denn junge Leute mit frischen, kruden Ideen gibt es in Leipzig reichlich: Hier sitzen die Hochschule für Grafik und Buchkunst (HGB), die Kunsthochschule und die renommierte Journalistikabteilung der Universität.

Leipzig reichlich: Hier sitzen die Hochschule für Grafik und Buchkunst (HGB), die Kunsthochschule und die renommierte Journalistikabteilung der Universität. Sie pachteten das Gebäude mit den großen Art déco-Bögen aus Naturholz, Kronleuchtern und Fischgrätparkett und bauten das Theater „Schaubühne Lindenfels“ hinein; inzwischen eine gemeinnützige Aktiengesellschaft, an der das Publikum Anteile zu je 24 Euro das Stück hält. Was Reinhardt und andere Künstler tun, wenn sie wie Pioniere den Boden in einem neuen Viertel bereiten, was sie als Vorhut für all die Plattenläden, Kneipencafés, umgebauten Kurzwarengeschäfte machen, in die dann Freiberufler ihre Schreibtische stellen: Er nennt es Kulturarbeit.

Kulturarbeit wie an jeder Ecke der Stadt, bei der Leipziger oft einen gesunden Pragmatismus im Umgang mit dem verfallenden Überfluss beweisen. Nicht von ungefähr hat man hier die „Wächterhäuser“ erfunden, jene Altbauten, deren Besitzer sie freiwillig und per Vertrag an Interessierte abgeben, damit sie benutzt werden und nicht weiter verfallen mögen. Ein eingetragener Verein kümmert sich um derzeit elf solcher Häuser.

Dann werden Künstler zu Handwerkern und kreativen Kleinunternehmern, die den Pinsel gegen die Zange eintauschen. Beim Verlegen der Wasserleitungen, beim Stromkabelziehen und Bödenabschleifen. Um später dann nur gegen Zahlung der Nebenkosten in Hunderten von Quadratmetern leben und arbeiten zu können. Überall in den heruntergekommenen Quartieren der Stadt tun sich mutige Unternehmungslustige zusammen, um „etwas gemeinsam zu machen“. Susanne Irmischer und neun ihrer Kommilitonen von der

Hochschule für Grafik und Buchkunst zum Beispiel. Sie mieteten sich vor vier Jahren einfach ein großzügiges Ladenlokal in Connewitz, in dem vom Trikotagenverkauf bis zur Dönerbude bereits diverse Geschäftsmodelle aufgeben mussten. Jeder warf pro Monat 80 Euro in den Topf – fertig war das Designerkollektiv „Fifi“. Inzwischen sind die Grafiker mit ihrem Studium fertig und ziehen mit Büro und Werkstatt ins Graphische Viertel, wo sich Mitte des 19. Jahrhunderts Verlage, Druckereien und Buchhändler ansiedelten. „Das liegt im Zentrum und ist sogar günstiger als das Büro in Connewitz“, sagt Irmischer.

Die ersten Leipziger Firmen in den Bereichen Medien und Kreativität sind den Ladenlokalen bereits entwichen. So etwa die Agenturgruppe 4iMEDIA, die vor neun Jahren als Drei-Mann-Journalistenbüro in einer ehemaligen Industriehalle in Plagwitz gegründet wurde. Heute entwirft und produziert 4iMEDIA mit rund 40 Mitarbeitern unter anderem Kundenmagazine, Internetportale und PR-Strategien. 2005 ist Inhaber Kay Schöneberg mit seiner schnell wachsenden Truppe ebenfalls ins Graphische Viertel umgezogen, wo sein Unternehmen inzwischen ein komplettes Gebäude besetzt. „In Leipzig gibt es tollen Nachwuch“, sagt Schöneberg. „Gestalter, Journalisten, Fotografen. Und es ist hier konkurrenzlos günstig, große Flächen anzumieten.“ Seine Kunden, sagt der Journalist, der selbst in Leipzig studiert hat, kämen vor allem aus dem Westen. „In gut drei Stunden ist man in Frankfurt am Main, in eineinhalb Stunden in Berlin. Die Lage ist optimal.“

Für Jana Eggers liegt Leipzig sogar derart verkehrsgünstig, dass sie überhaupt nicht verstehen kann, warum nicht mehr Berliner hier wohnen – und jeden Tag in die 190 Kilometer entfernte Hauptstadt pendeln. Eggers ist Amerikanerin und deshalb solche Distanzen gewohnt. Seit zwei Jahren ist sie Vorstandsvorsitzende des Internetunternehmens Spreadshirt, das in einem alten Fabrikgebäude in Leipzig-Schleußig residiert: mit Grill und Dachterrasse inklusive Panoramablick über die verfallene Grandezza des Viertels.

Spreadshirt, 2001 von Lukasz Gadowski, einem Absolventen der Leipziger Handelshochschule (HHL), gegründet, ist ein digitaler Marktplatz, auf dem Designer Bilder verkaufen und Kunden sich die Motive gleich auf T-Shirts drucken lassen können. Aus der Zwei-Mann-Firma ist eine AG mit inzwischen 280 Mitarbeitern geworden. „Ich liebe Leipzig“, sagt Eggers, die zuvor beim

T+
TISSOT
SWISS WATCHES SINCE 1853



T TOUCH EXPERT™
the touch screen watch

FUNCTIONS

- Meteo - Relative and absolute pressure
- Altimeter - Altitude Difference Meter
- Chrono - Timer
- Compass - Azimuth (Heading)
- 2 Alarms
- Thermo
- Perpetual calendar - 2 Time zones
- Red backlight

More than a watch

Tissot, Innovators by Tradition.

II LEIPZIG IST NOCH NICHT DURCHDEFINIERT II

Drei Fragen an ... **Bastian Lange**, der am Leibniz-Institut für Länderkunde der Leipziger Universität arbeitet. Er wirkt beim EU-Projekt „Accommodating Creative Knowledge“ (ACRE) mit und untersucht, wovon die Entstehung einer Kreativwirtschaft in Leipzig abhängt

Ein Geheimtipp für Künstler ist Leipzig schon lange. Aber wird die Stadt nun auch zum Standort einer neuen Kreativwirtschaft?

Bastian Lange: Zumindest hat sie das Potenzial dazu. Wir forschen in Leipzig und fragen uns, wie kreative Talente nach Leipzig gelockt werden können und was die Stadt im Gegenzug tun müsste, um dieses kreative Potenzial nachhaltig zu beherbergen. Das bedeutet allerdings nicht automatisch wirtschaftliches Wachstum. Sondern es hat viel mit der Lebensqualität, mit weichen Standortfaktoren zu tun. Es geht darum, diesen kreativen Talenten hier zur Entfaltung zu verhelfen, die passenden Bedingungen für sie zu schaffen. Zum besseren Verständnis befragen wir auch ausländische Kreativ- und Wissensarbeiter, wie sie Leipzig wahrnehmen, wie sie in der Stadt ankommen, welche Erfahrungen sie machen.

Mit welchen Städten vergleichen Sie Leipzig dabei?

Lange: Mit sehr unterschiedlichen europäischen Städten. Darunter sind traditionell wachsende Städte wie München oder Amsterdam, das sind sicherlich Gewinnerstädte. Städte wie Toulouse, Riga oder eben Leipzig stehen da auf den ersten Blick natürlich schlechter da – sie haben nur einseitige Standortvorteile, sind anfälliger für Krisen.

Heißt das, Leipzig ist in diesem Vergleich eine „Verliererstadt“?

Lange: Nein, eben nicht. Wenn man genauer hinschaut, ist Leipzig sogar ein Hidden Champion. Denn Leipzig hat einen ganz spezifischen Standortvorteil und repräsentiert einen Stadttypus, den man häufiger in Osteuropa findet, in ehemals sozialistischen Staaten. Solche sogenannten Metropolstädte haben oft gewaltige, ungenutzte Altbauflächen und Industriequartiere. Und die sind noch nicht durchdefiniert, noch nicht vom Immobilienmarkt entdeckt. Künstler finden dort die nötigen Freiräume, um zu experimentieren und sich zu entfalten. Und das bildet den Humus der Kreativwirtschaft. Deshalb wird Leipzig kommen! Da bin ich sicher.

- Suchmaschinenbetreiber Lycos gearbeitet hat und bei der US-Softwarefirma Intuit.

„Die Stadt ist so grün, es gibt tolle Künstler, ein schönes Nachtleben. Und alles wächst organisch.“ Allzu lebhaft hat sie das Beispiel von Berlin-Mitte vor Augen. „1999 habe ich ein Jahr in Berlin gelebt“, erinnert sich Eggers. „Da waren die Hackeschen Höfe noch Ruinen, und eine Freundin von mir hat dort Mode entworfen. Heute sitzt da ein Starbucks.“

Vielleicht ist Leipzig tatsächlich das neue, bessere Berlin. Siegfried Bülow, Chef des nahen Porsche-Werks, bei dem Kunden freudig ihre Panameras und Cayennes übernehmen, ist jedenfalls stolz auf die kreative Szene und den Aufbau-Charme der Stadt. „Eine Reihe von Kunden von Porsche sind selbst Architekten, Designer oder Künstler“, sagt Bülow. „Sie kommen aus aller Welt hierher – und da muss man den Leuten auch etwas bieten.“

Die Fotos

Seite 21: Seinen „Stattpark“, einen Wald aus lauter Parkschildern, installierte Künstler Klaus Madlowski 2002 am Lindenauer Markt.

www.madlowski.de

Seite 22/23: Für sein Projekt „BimboTown“ lässt Aktionskünstler Jim Whiting regelmäßig das Mobiliar in der alten Baumwollspinnerei durch den Raum springen.

www.bimbotown.de

Seite 24 oben: Das neue Wandgemälde des Leipziger Künstlers Michael Fischer-Art ist das „Bild zur deutschen Einheit – 20 Jahre Friedliche Revolution“. Zu sehen: Brühl 33.

www.fischer-art.de
Unten: Aus der alten Baumwollspinnerei wurde ein Abenteuerspielplatz für Künstler.

www.spinnerei.de

Seite 25 oben: In der Karl-Liebknecht-Straße, kurz Karli genannt, macht ein Hippie Mädchen Werbung für einen Klamottenladen. Unten: Im Erdgeschoss eines Wächterhauses in Lindenau hat eine Kunstgalerie Einzug gehalten.

Seite 26/27: In einem umgebauten Gastank hat der Berliner Künstler Yadegar Asisis in einem 360-Grad-Panorama die Tropen erblühen lassen. www.panometer.de



Since 1839

Zoccai

www.zoccai.com

► Wer seinen nagelneuen Porsche bei Bülow abholt, bekommt daher nicht nur eine Einweisungsfahrt auf dem hauseigenen 3,7 Kilometer langen Rundkurs nahe dem Flughafen, sondern nach dem „Front Cooking“ im Porsche-Restaurant auf Wunsch auch eine Tour zur Spinnerei nach Lindenau, mitten ins Herz der Szene. „99,9 Prozent verlassen uns mit den Worten: Wir kommen wieder“, sagt Bülow. Er findet, dass die Stadtbereine kulturell sehr engagiert sind.

Erst Mitte September hat Baubürgermeister Martin zur Nedden 200 Hamburger Künstler eingeladen, in Leipzig zu leben und zu arbeiten. In der Hansestadt forderten die Kreativen gerade mit einer Besetzungsaktion im Hamburger Gängeviertel neuen Raum für sich. „Das war ein typisch Leipziger Schachzug“, lobt Siegfried Bülow.

Aber keine große Kunst: Von nichts kommt eben doch nichts.

Ein nächster Schritt in Sachen Zahnpflege.

Sonicare FlexCare, die elektrische Zahnbürste, die einen höheren Standard für Sonicare Plaqueentfernung setzt. Die patentierte Schalltechnologie von Sonicare erzeugt eine dynamische Flüssigkeitsströmung, die tief bis in die Zahnzwischenräume und entlang des Zahnfleischrandes reicht.

Einfach, weil Sie uns inspirieren. Erfahren Sie mehr unter www sonicare.de

PHILIPS
sonicare
the sonic toothbrush

PHILIPS
sense and simplicity



Herausgeber

Deutsche Lufthansa AG, Von-Gablenz-Str. 2-6, D-50679 Köln; Objektverantwortung: Dirk Schwarze; Koordination: Jens Polkowski; Lufthansa Exclusive erscheint monatlich bei der G+J Corporate Editors GmbH, Friesenweg 2 a-b, 22763 Hamburg; Geschäftsführung: Scheil Caspary, Peter Haenchen, Julia Jäkel; Objektleitung: Dörte Hoppe, Tel. 040/88303-485, Fax: 040/88303-496, www.corporate-editors.com

Redaktion

Lufthansa Exclusive, Friesenweg 2 a-b, D-22763 Hamburg, Tel. 040/88303-5011, Fax: 040/88303-5099, LHmagazin@gj.de

Chefredakteur: Uly Foerster (verantwortlich); Chef vom Dienst: Sandra Schülke; Textchef: Michael Schophaus; Art Direction: Jürgen Kaffer, Maja Nieveler (stellv.); Grafik: Astrid Thienhaus (alle Büro Hamburg); Textredaktion: Tim Cappelmann, Jürgen Drommert, Gunnar Heitst, Angelika Janßen, Sibylle Poell, Nadine Uhe; Beratung Aviation: Cord Becker; Bildredaktion: Katja Dittgen, Michael Nielsen (Ltg.), Zita Rohmund-Zinn; Dokumentation: Christian Schwan; Redaktionsassistent: Sandra Schülke; Redaktionelle Technik: Klaus Stock

Miles & More

Deutsche Lufthansa AG, FRA EMA, D-60546 Frankfurt; Volker Scheible (verantwortlich); Anja Kem (Koordination); Service-Tel. 01805/5959

Herstellung: Helge Voss

Litho: p.i.o. medien, Hamburg

Druck: MOHN Media, Mohndruck GmbH, Güterstoh Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Lufthansa. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Bilder übernimmt die Redaktion keine Haftung. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung der Autoren wieder. Diese muss nicht mit der Auffassung der Redaktion übereinstimmen.

Papier

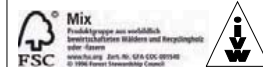
LEIPA Ultra Mag plus. Hergestellt aus 100 % Altpapier mit mindestens 80 % post consumer fibre. Zertifiziert mit dem „Blauen Engel“; zu 100 % FSC Recycled Paper.

Anzeigenverkauf

G+J Corporate Editors GmbH, Anzeigenabteilung Lufthansa Magazin, Brieffach 11, 20444 Hamburg; lufthansamagazin@gj.de; Preisliste Nr. 16, gültig ab 1. Januar 2009; Gesamtanzeigenleiter: Heiko Hager, Tel. 040/3703-5300; Stellv. Anzeigenleiter: Jan-Eric Korte, Tel. 040/3703-5310; Anzeigenposition: Alexandra Kollatzek (Ausland), Maike Tabel (Inland) Tel. 040/3703-5308; Tel. 040/3703-5313; Anzeigenverkauf: Elke Miersen, Tel. 040/3703-5307

G+J-Repräsentanten

Berlin: Martina Hoss, Tel. 030/254806-52; Tim Fantur, Tel. 030/254806-44; Düsseldorf: Stefan Scandone, Tel. 0211/6167548; Frankfurt: Marion Müller, Tel. 069/793007519; Hamburg: Christina Homann, Tel. 040-3703-3891; Claudia Albers, Tel. 040-3703-2370 Hannover: Bernd Steinmann, Tel. 0511-7633-470; München: Andrea Wörsdörfer, Tel. 089/20805113; Ina Haas, Tel. 089/20805132; Stuttgart: Christiane Gloy, Tel. 0711/2284635; Asien, außer Japan (Hongkong): Godfrey Wu, Tel. 852/25911077; Korea (Seoul): Jeong Gwon Seo, Tel. 2/37021742; Belgien, Luxemburg, Niederlande (Gent): Kathy Rosseel, Tel. 9/2350210; Frankreich (Paris): Yves Swartsbroeck, Tel. 1/53337393; Großbritannien, Irland (London): Sibel Üner, Tel. 20/74374377; Italien (Mailand): Stefanie Meierfrankenfeld, Tel. 2/20526720; Japan (Tokio): Hiroshi Iwai, Tel. 3/32227811; Österreich und Südtirol (Wien): Erwin W. Luthwig, Tel. 1/51256470; Portugal (Lissabon): Paulo Andrade, Tel. 213/653545; Spanien (Madrid): Gema Arcas, Tel. 91/5863631; Schweden, Finnland (Stockholm): Sten Johansson-Thörne, Tel. 8/7140600; Norwegen, Dänemark (Naerum): Mark Hjortkilde, Tel. 45/469100; Schweiz (Zürich): Hans H. Otto, Tel. 44/2697070; Türkei (Istanbul): Dr. Reha Bilge, Tel. 212/2758433; USA Ostküste: Dustin K. Guzowski, Tel. 212/2683344; USA Westküste: Ralph Lockwood, Tel. 408/8796666; Indien (Mumbai): Marzban Patel, Tel. 22/22048890



On **novotel.com**,
take a "City Breaks",
from only...



per room, per night
including breakfast

AND EXPERIENCE THE WORLD'S MOST
EXCITING CITIES AT THE BEST RATES.

City	From	City	From	City	From
Berlin	96€	Barcelona	85€	Lisbon	77€
Munich	88€	Sevilla	80€	Vienna	75€
Frankfurt	77€	Rome	91€	Budapest	75€
Koeln	80€	Milan	81€	Dubai	92€
Paris	113€	Brugge	95€	Casablanca	96€
London	110€	Brussels	90€	New York	135€
Madrid	75€	Amsterdam	80€	Sydney	103€

and many more...

Booking on **novotel.com**



Designed for natural living

Prices from. Offer valid for 2 nights stay minimum, any day of the week and the weekend, at more than 150 Novotel hotels in the world. Upon availability in participating hotels. Credit card mandatory for full prepayment on booking. Reservation is not refundable, changeable or cancellable.