



Alle drauf: So sieht das Ehrig-Team derzeit aus.

JUBILÄUM

Büro-Experten

Kurz nach dem Krieg ging es los: 1947 gründete Kurt Ehrig einen Büromaschinenhandel und suchte mit dem Fahrrad in der Stadt nach kaputten Schreib- und Rechenmaschinen. Am 22. September feierte das Charlottenburger Unternehmen seinen 70. Geburtstag – gemeinsam mit vielen Gästen. »Wir sind stolz, bereits in der dritten Generation den Betrieb und damit die Tradition weiterzuführen«, sagt Geschäftsführerin Kerstin Ehrig-Wettstaedt. Herausfor-

Anlaufstelle an der Ecke: das erste Geschäftshaus in der Bismarckstraße

derungen gebe es natürlich auch: »Prozesse werden digitalisiert und Workflows automatisiert.« Der technologische Wandel beschleunige sich, die Planungszyklen würden kürzer. Ehrig will »auch die nächsten 70 Jahre mithalten«. RNI



UNSER CLUB

Der **TAGESSPIEGEL WIRTSCHAFTSCLUB** bietet ein einzigartiges Netzwerk und spannende Veranstaltungen.



INTERESSE?

Dann kontaktieren Sie unsere Clubmanagerin **Heike Harrand**, 030 290 21-155 20 wirtschaftsclub.tagesspiegel.de

TERMINE

Die nächsten Veranstaltungen

Am **17. Oktober** lädt die **Sielmannstiftung** ins **Naturkundemuseum**.

Am **22. November** ist Tagesspiegel-Herausgeber und ZEIT-Chefredakteur **Giovanni di Lorenzo** zu Gast im Wirtschaftsclub.



CLUBMITGLIED

Dieter R. Klostermann

**CCA PROJEKT GMBH
BERLIN CAPITAL CLUB**

Gründer und Chairman CCA Group

Herr Klostermann, mit welcher Strategie kann ich mich in Ihrem Club gut vernetzen?

Sie werden bei uns ganz nach Ihren Vorlieben integriert, unser Management bringt sie gerne mit Menschen aus Ihrer Wunschbranche zusammen. Ich empfehle den neuen Mitgliedern, unser umfangreiches Event-Programm zu nutzen, das man sich wie ein Menü ganz nach dem eigenen Geschmack zusammenstellen kann.

Ein Drittel Ihrer Mitglieder sind Frauen. Was wollen Sie tun, damit es noch mehr werden?

Wir sind sehr stolz darauf, dass so viele erfolgreiche Berlinerinnen zu uns kommen. Eine besondere Strategie verfolgen wir nicht, aber wir glauben, dass weibliche Mitglieder unser Ambiente schätzen. Und wir machen natürlich deutlich, dass bei uns Frauen wie Männer willkommen sind – ein sogenannter Herrenclub wollen wir nicht sein. Trotzdem gibt es auch Veranstaltungen, die sich exklusiv an Frauen oder Männer richten.

Ein Blick in die Zukunft: Wie müssen sich Business Clubs verändern, um auch in Zukunft attraktiv zu sein?

Social Media sind okay, aber kein Ersatz für persönliche Kontakte. In London beobachte ich gerade eine Renaissance der Business Clubs – das ein gutes Zeichen! Wir achten auch darauf, dass sich unsere jungen Mitglieder in die Programmplanung einbringen.