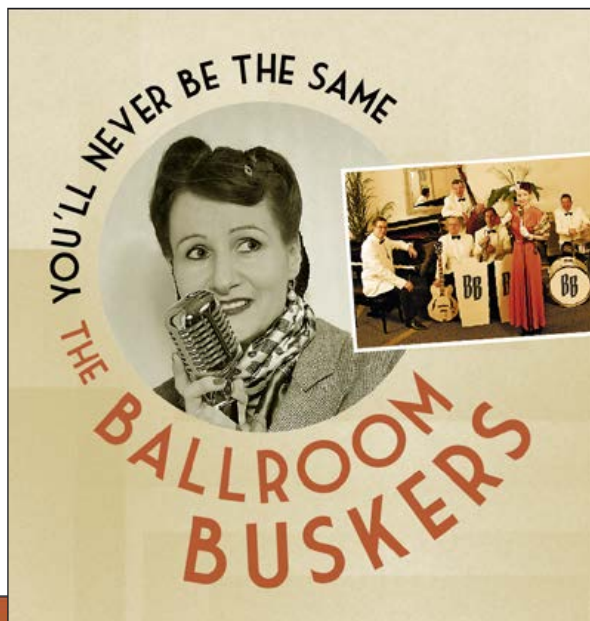






THE BALLROOM BUSKERS

EINE ZEITREISE IN DIE SWING-ÄRA

Amerika Ende der 30er Jahre – der Swing regiert.

Aus den brodelnden Harlem-Clubs in New York ist der Swing in die großen, eleganten Ballrooms gelangt. Big Bands wie die von Benny Goodman, Artie Shaw, Chick Webb, Duke Ellington u. a. heizen den Tänzern im Savoy ein und werden im Rundfunk weltweit übertragen. Großartige Hits entstehen, Songs, die bis heute nichts von ihrer Kraft, ihrem Witz und Charme verloren haben.

Trotz oder gerade wegen der Entbehrungen dieser Zeit – der 2. Weltkrieg tobt in Europa, die Weltwirtschaftskrise ist noch nicht ganz überwunden – entsteht ein neues positives Lebensgefühl, das sich in der Musik und in der Art zu tanzen widerspiegelt.

DIE BALLROOM BUSKERS



Führen Sie auf eine Zeitreise in die faszinierende Welt der Swing-Ära. Ihr einzigartiges Programm macht den Swing neu erlebbar: Die schönsten tanzbaren Swing-Klassiker und Evergreens werden mit kleinen humorvollen Spiel- und Tanzszenen kombiniert, natürlich mit den original Swingtänzen wie dem Lindy Hop, der später auch Jitterbug genannt wurde. Zusammen mit stilreicher Garderobe verpflichten sich die **Ballroom Buskers** ganz der Stilistik der frühen „Soundies“, den Videoclips der Swing-Ära. Lassen Sie sich mitreißen und erleben Sie den Swing von seiner lebendigsten Seite!



KONTAKT

www.ballroom-buskers.de
booking@ballroom-buskers.de



DIE BAND

GESANG, TANZ, BANDKONZEPT DAGMAR COHNEN

liebt den Stil der 30er/40er Jahre – nicht nur in musikalischer Hinsicht. Nach einer privaten Gesangsausbildung und frühjugendlicher intensiver Beschallung mit Swingmusik widmet sie sich nun ausgiebig dieser musikalischen Vorliebe. Ein authentischer Gesangstil, aber auch originalgetreuer „Look“ auf der Bühne sind ihr als Besitzerin einer beachtlichen Hitesammlung der besagten Zeit ebenso wichtig wie eine eher ungewöhnliche, nicht nur an den Standards orientierte Titelauswahl des Programms. Die Faszination der Swing-Ära wieder lebendig werden zu lassen ist ihr ganz persönliches Anliegen. Seit 2009 ist sie daher auch als Trainerin für original Swingtänze wie den Lindy-Hop aktiv und engagiert tätig. Sie kümmert sich somit auch um die Ausgestaltung des tänzerischen wie spielerischen Anteils des Bandkonzepts.

TROMPETE, GESANG MELF UWE HOLLMER

Studium an der Hochschule für Musik und Theater in Hamburg. Seine musikalischen Vorbilder als Trompeter erstrecken sich über die gesamte Jazzgeschichte: Louis Armstrong, Harry „Sweets“ Edison, Miles Davis oder Freddie Hubbard. Aufgrund dieser Vielseitigkeit spielt er ohne Probleme in der unterschiedlichsten Stilistik. Dem Swing verleiht er eine elegante Note.

PIANO KAY FRANZEN

Swing ist sein musikalisches Eliseum! Über die Tasten wuscht er mit Stil und Witz und bewegt sich dabei äußerst charmant auf dem schmalen Grad zwischen Kunst und Kommerz – es gilt die Meinung und das Vergnügen des geneigten Publikums! Er destilliert aus jedem unserer Titel den puren Swing heraus und ist damit allererste Wahl für die Buskers!

Unser besonderer Dank gilt Helge Schwede, der uns viele Arrangements geschrieben hat und immer die richtige Tonart für die Sängerin heraussucht.

KONTRABASS KAI

Er hat schon mit vielen Größen in allen Genres gespielt. Seit 2009 ist er mit Ballroom Buskers in der Swing-Ära. Mit seiner melodischen Spielweise und trägt den Sound und Rhythmus damit bei.

SCHLAGZEUG NILS CONN

Nils fing mit 4 Jahren an Schlagzeug zu spielen. Mit bereits 10 Jahren war er als Schlagzeuger in der Bigband seines Trompetenlehrers. Seine Brüder schenkte ihm eine Swingkassette, die ihn für das spätere Leben nachhaltig prägen. Er lernte über die Jahre viel über den Swing und Small-Bands. Seine Idole sind Louis Bellson, Gene Krupa, Buddy Rich, Hiogo Josselyn etc. Als Lead-Schlagzeuger und als freiberuflicher Musiker und gibt bei den Ballroom Buskers einen swingenden Drive.

GITARRE UWE HARM

Uwe Harm, früher mit dem Banjo dem Hot-Jazz und Dixieland zugeneigt, fand immer mehr Gefallen an der Swing-Gitarre. Vorbild: Natürlich Freddie Green in der unverlöbten Rhythmusgruppe von Count Basie. Der klassische Swing der 30er- und 40er-Jahre und die Gitarre als reines Rhythmusinstrument gehören jetzt ins Zentrum seines musikalischen Interesses.

CIGARETTEGIRL, TANZ JOHANNA SCHMITT
TANZER MARTIN BIRSCHENK, LUTZ WINTER





Molkenthin | Hennings | Heinrich
Wirtschaftsprüfer Steuerberater



Storyboard Books



WINDMADE™

YOUR CHOICE CAN POWER CHANGE

WindMade - 38 Rue d'Arlon - 1000 Brussels, Belgium

WindMade
38 Rue d'Arlon
1000 Brussels, Belgium
VAT BE0896 221 261

Tel: + 32 2 230 1677
info@windmade.org
www.windmade.org



WINDMADE™

YOUR CHOICE CAN POWER CHANGE

Angelika Pullen
Communications Director

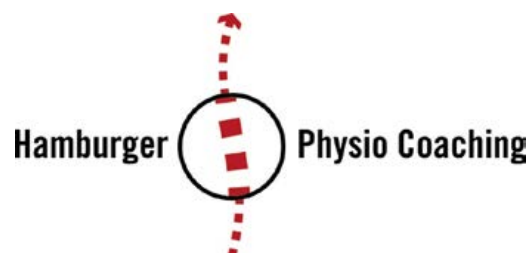
WindMade asbl
38 Rue d'Arlon
1000 Brussels, Belgium
Tel: +32 2 230 1677
Mob: +32 473 047 966
pullen@windmade.org
www.windmade.org



WINDMADE™

YOUR CHOICE CAN POWER CHANGE



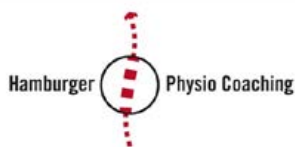


Dienstleistungen für
Praxisinhaber

Almut Wadde
Beim Alten Gaswerk 4b
22761 Hamburg

Tel: 040 / 41 09 98 66
Mobil: 0163 / 846 10 90
wadde@hamburger-physio-coaching.de
www.hamburger-physio-coaching.de

Hamburger Physio Coaching Almut Wadde | Beim Alten Gaswerk 4b | 22761 Hamburg

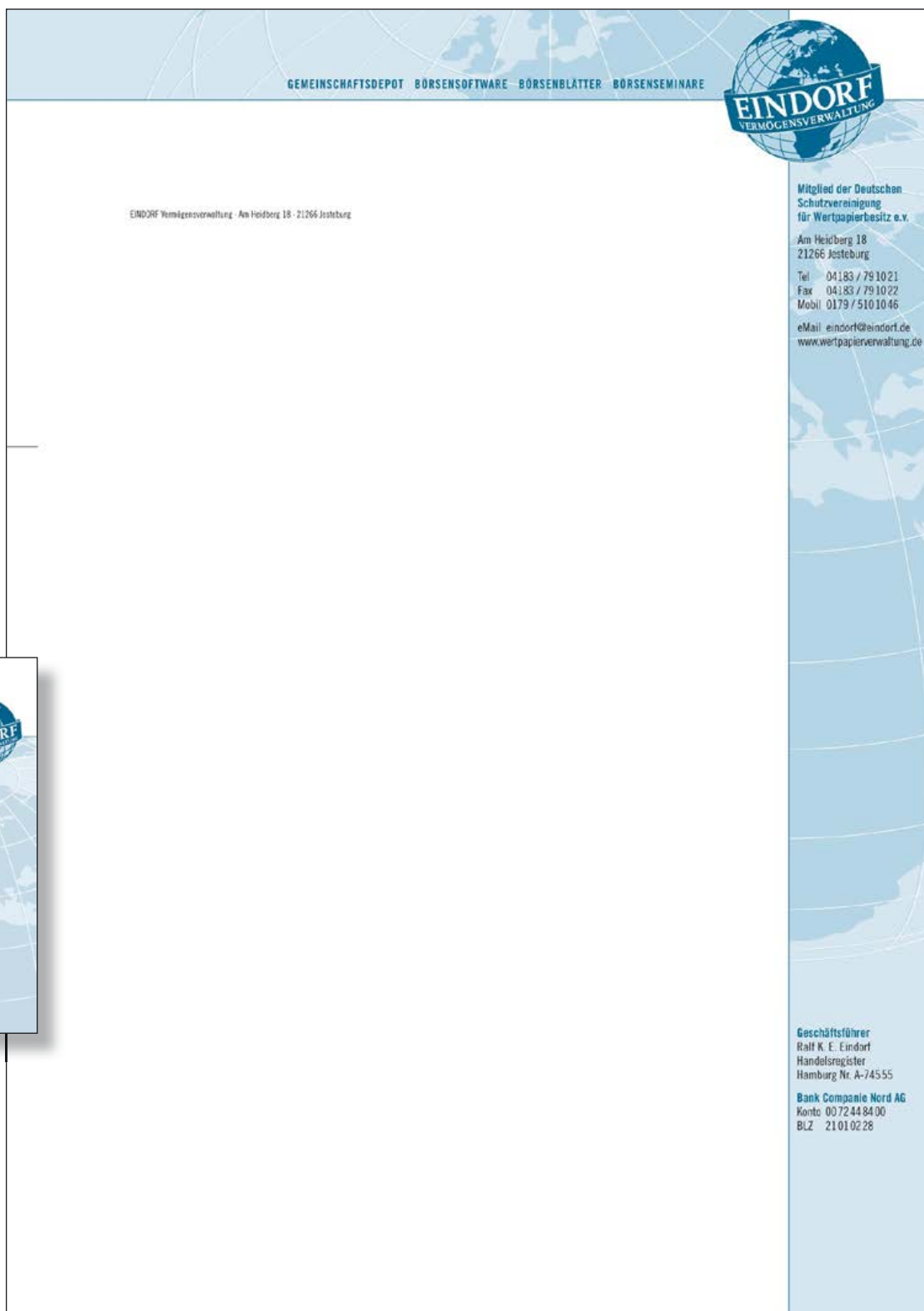


Dienstleistungen für
Praxisinhaber

Almut Wadde
Beim Alten Gaswerk 4b | 22761 Hamburg
Tel 040 / 41 09 98 66 | 0163 / 846 10 90
hamburger-physio-coaching.de
wadde@hamburger-physio-coaching.de

IGN: 00504966

Bankverbindung:
Sparda-Bank Hamburg
Kto-Nr.: 103 12 35
BLZ: 206 905 00
Steuernummer: 02 / 187 / 26267



GEMEINSCHAFTSDEPOT BÖRSENSOFTWARE BÖRSENBLÄTTER BÖRSENSEMINARE



Mitglied der Deutschen
Schutzvereinigung
für Wertpapierbesitz e.V.

Am Heidberg 18
21266 Jostebu

Tel. 04183 / 79 10 21

Fax 04183 / 79 10 22

Mobil 0179 / 510 10 46

eMail eindorf@eindorf.de
www.wertpapierverwaltung.de

EINDORF
VERMÖGENSVERWALTUNG



Ellen Schmidt

Am Deepenbrook 20
24539 Neumünster

Tel. 04321 / 97 95 15

Fax 04321 / 97 99 40

Mobil 0172 / 455 81 19

eMail ellen.schmidt@eindorf.de

Geschäftsführer
Ralf K. E. Eindorf
Handelsregister
Hamburg Nr. A-74555

Bank Compaie Nord AG
Konto 0072448400
BLZ 21010228



Borderline Sicilia Via Ritiro Nr. 24 I-97015 Modica (RG)



Roman Herzog
Consigliere

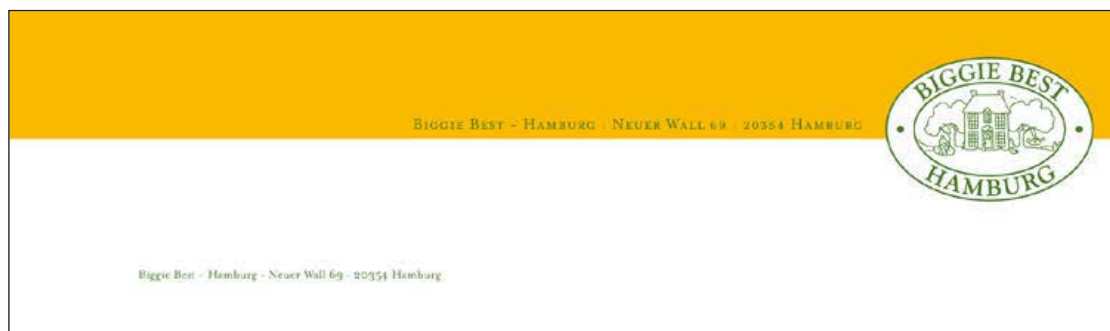
Via Ritiro Nr. 24 I-97015 Modica (RG)

Tel + 39 340 980 21 96
Mail info@borderlinesicilia.org
Web www.borderlinesicilia.org

» Borderline Sicilia
Osservatorio sulla migrazione
Via Ritiro Nr. 24
I-97015 Modica (RG)

» Tel + 39 340 980 21 96
Mail info@borderlinesicilia.org
Web www.borderlinesicilia.org

» Banco Posta Modica
conto corrente intestato a Borderline Sicilia Onlus
codice IBAN 1234 5678 9876 5432 1234 5678 987
codice SWIFT/BIC 123456578987
Codice Fiscale BRDRPE09C15F258H



Tel 040 / 89 00 17 34
Fax 040 / 89 00 17 36

info@biggiebest-hamburg.de
www.biggiebest-hamburg.de

Kreissparkasse Südholstein
Kto 15 00 49 06
BLZ 230 510 30

Handelsregister
Pretty Best GmbH
Amtsgericht Hamburg
HRB 85478

Café und Bistro

Deike



KAFFEESPEZIALITÄTEN in herausragender Qualität, auch zum Mitnehmen

HAUSGEMACHTE KUCHEN
gebacken mit reiner Butter und Bio-Eiern

abends **HERZHAFT KLEINKEITEN**

über **DREISSIG** verschiedene **BIERSORTEN**

sechs offene **BIO-WEINE**

SÜßER CAFÉ

Stellt sich das Deike als stilvolles Kaffeehaus (Di-Fr ab 15 Uhr, Sa+So ab 10 Uhr). Das Café ist im skandinavischen Stil und die großen Fenster lassen viel Licht herein. Für ein freundliches und helles Ambiente. Hier finden Sie Tageszeitungen und diverse Zeitschriften, zum Stöbern einen kleinen Buchhandel.

FÜR DIE KAFFEE-SPEZIALITÄTEN

Wir servieren einzeln frisch gemahlen. Kaffeetrinker wählen aus unserem riesigen **TEE-ANGEBOT** zwischen verschiedenen schwarzen, grünen, Kräutler- oder Rooibostees. Probieren Sie unseren Kakao mit Schokolade oder mit Schlagsahne!



UNSERE HAUSGEBACKENEN KUCHEN

sind von herausragender Qualität. Wir verwenden ausschließlich:

- reine Butter
- Bio-Eier
- Edel-Schokolade
- frisch geriebene Bio-Zitronenschale
- echte Vanille

Unser Kasekuchen ist legendär, die Saurestorte steht ihm in nichts nach. Mohn- und Obstkuchen haben sich zu Lieblingen entwickelt.



ABENDS BISTRO

Verbringen Sie im Deike gemütliche Abende! Neben Bier und Wein bieten wir auch herzhaften Kleinigkeiten wie Suppen, Flammkuchen und Käsefritten an. Wir öffnen bis 23 Uhr – bei Bedarf auch länger.

MEHR ALS DREISSIG BIERE

Ein Auszug aus dem umfangreichen Biersortiment:
Weihenburger Kloster, Rothaus, Staropramen, Badewasser, Pilsener Urquell, Flensburger, Guinness, Kilkenny, Pinkus Bio, Hovels, Berliner Weiße, Kloster Andechs, Diebels Alt, Früh-Kölsch und andere, darunter sehr Weizenbiere.

BIO-WEINE

Wir haben ständig sechs Bio-Weine im Ausschank, z. B. Shiraz, Bordeaux, Tempranillo, Riesling und Weißburgunder.

SAMSTAGS KLEINES FRÜHSTÜCK

Beginnen Sie das Wochenende im Deike! Samstags servieren wir verschiedene Frühstücksgenüssen, vom französischen Frühstück über das Käsefrühstück bis hin zum Lachs-Frühstück (10 bis 14 Uhr).

SONNTAGS GROSSES FRÜHSTÜCKSBUFFET

Genießen Sie unser üppiges Frühstücksbuffet in gemütlicher und entspannter Atmosphäre – Sie haben sich den Sonntag schließlich verdient. Für 9,90 € pro Person (exklusive Getränke) können Sie sich am schon angerichteten Buffet bedienen. Von 10 bis 14 Uhr finden Sie darauf:

- ofenfrische Croissants, Vollkornbrötchen, Schrippen
- frisch gekochte Bio-Eier
- verschiedene Hart- und Weichkäse, z. B. Schweizer Appenzeller, holländischer Maasdammer, italienischer Gorgonzola, französischer Weichkäse
- hochwertige Salami und Schwarzwälder Schinken
- Räucherlachs und Meerrettich
- Waldbeermarmelade, südafrikanische Orangenmarmelade, Thüringer Pflaumenmus, Honig und Nutella, Butter
- Sahne- und Kräuterquark, Frischkäse (natur oder mit Schnittlauch)
- Schoko- und Fruchtmusli, Cornflakes, Joghurt, frisches Obst



SONNTAGABEND «TATORT» IM DEIKE

Sonntagabend im Tatort-Zeit! Sehen Sie sonntags von 20:15 bis 21:45 Uhr den «Tatort» im Deike auf Beamerleinwand.



Lusterothstraße 5
20255 Hamburg-Eimsbüttel
Ecke Lustropweg
150 m vom Heußweg

100 m vom Spielplatz im Park «Am Weiser» entfernt

Telefon: 040 - 39 87 79 20
E-Mail: mail@deikes.de
Internet: www.deikes.de

Öffnungszeiten
Dienstag - Freitag: 15:00 bis 23:00 Uhr
Samstag - Sonntag: 10:00 bis 23:00 Uhr
Montag geschlossen

25 Jahre Städtepartnerschaft Hamburg-Prag

ANNY ONDRA

KOMÖDIANTIN AUS PRAG



Eine Retrospektive vom 9.-12. Juli 2015
im Kommunalen Kino Metropolis
Kleine Theaterstr. 10, Hamburg

CINEGRAPH

NFA

KINEMATHEK Hamburg u. B.
Kommunales Kino METROPOLIS

25
Hamburg Praha

ANNY ONDRA

KOMÖDIANTIN AUS PRAG



Anlässlich des 25-jährigen Jubiläums der Städtepartnerschaft Hamburg – Prag präsentiert CineGraph zusammen mit dem Národní Filmový Archiv (NFA) und dem Metropolis-Kino eine Retrospektive mit Filmen der in Prag aufgewachsenen und später in Deutschland wirkenden Schauspielerinnen Anny Ondra/Ondráková (1903-1987). Sie war eine führende Komikerin des tschechischen und deutschen Films und arbeitete oft mit dem Schauspieler und Regisseur Carl/Karel Lamač zusammen. 1933 heiratete sie den Boxer Max Schmeling, mit dem sie nach dem Zweiten Weltkrieg in Hollenstedt bei Hamburg lebte.

Donnerstag, 9.7.2015, 17 Uhr
DIE VOM RUMMELPLATZ

D 1930. Regie: Carl Lamač. 98 min

Die musikalische Komödie ist der erste gemeinsame Tonfilm von Anny Ondra und dem tschechischen Regisseur Carl Lamač, die zusammen ab Mitte der 1920er Jahre in den Studios von Barrandov und Berlin turbulente Lustspiele drehten.



Kontakt & Karten Metropolis-Kino:
Kommunales Kino Metropolis
Kleine Theaterstr. 10, 20354 Hamburg
Tel.: 040-342353 · www.metropoliskino.de

Freitag, 10.7.2015, 17 Uhr
EINE NACHT IM PARADIES

D 1931/32. Regie: Carl Lamač. 92 min

Beschwingte Komödie mit Anny Ondra als mittellose Schneiderin, die sich als falsche Adlige in einen reichen Mann verliebt.

Kontakt CineGraph:
CineGraph – Hamburgisches Centrum für
Filmforschung e.V.
Schillerstr. 43, 22767 Hamburg
Tel.: 040-352194 · www.cinegraph.de

Samstag, 11.7.2015, 19 Uhr

PŘÍCHOZÍ Z TEMNOT

(Ankömmling aus der Finsternis)

CS 1921. Regie: Jan S. Kolár. ca. 70 min

Die Gruselgeschichte um ein Lebenselixier und die Auferstehung von den Toten ist einer der ersten Filme mit Anny Ondra. Der 1921 entstandene Film, der zu den ersten international verbreiteten tschechischen Produktionen zählt, wurde vom Národní Filmový Archiv in Prag aufwendig restauriert und wird in dieser Fassung erstmals in Hamburg gezeigt.

Stummfilm mit
Live-Musikbegleitung:
Trio Neuveitelo, Prag



Mit freundlicher Unterstützung von

Hamburgisches Centrum für Filmforschung e.V.
NFA
www.groebisch.de



Geleitet durch



Hamburg | Kulturbehörde

Sonntag, 12.7.2015, 17 Uhr
DIE VERTAUSCHTE BRAUT

D 1934. Carl Lamač. 85 min

Anny Ondra in einer Doppelrolle: Als launisches reiches Fräulein Vanderloo und entzückende Straßenverkäuferin Dolly.



hamburg.de/prag





»Zur Rechten sieht man wie zur Linken
die Jägerleichen seitwärts sinken.«

Berliner Morgenpost zu »Jaider – der einsame Jäger«

03 | DER NEUE DEUTSCHE FILM UND DER WESTERN



DEADLOCK

[illegible]

Margaret Holers, Manisha Kulkarni

menen. Alles Damp liegt allein mit der alten Hara Cortusa und deren jetzt zurückgebliebener Tochter Josie in der Geisterstadt Deadlock in der menschenleeren Wüste. Einen Tageslauf entfernt von der Küste des Pazifiks, ist die Bankrottinsel einem Koffer Geld bei sich. Dump nimmt den Koffer an sich und will Rückzug suchen, doch dann trennt er ihn bei sich auf. Schließlich entfernt er auch die Kugel aus seinem Arm, und rettet ihm das Leben. Rüd will sein Auge und sein Leben, um sich dem Anwesen anzuschließen. Am Ende des Kampfes, der Josie, die sich entwickelt sich in der Erde ein erhabener Kampf um die Beste. Mit beugtem Gesicht folgt Sarah die erfüllenden Damp, der er immer noch auf den Geldkoffer abgesehen hat. Aber auch die Kugel, die er sich gegen sich selbst gesteckt hat, strömt. Am Ende einer anderen Situation wird es nun einen Überlebenden geben.

A psychedelic gangster film with elements of the Wild West. Charles Dump lives alone with an old whore named Corinna and her mentally retarded daughter Jencie in the Mexican Sierra Madre. One

day Charles finds Kid, a badly wounded bandit with a suitcase full of loot from a bank robbery lying in the desert. Charles takes the suitcase and contemplates killing him, but on the chance that Kid can help him out decides to take him into his home. Charles then saves Kid's life by cutting the bullet out of his arm while Kid finds Jesse's situation hard to resist. When Kid's older partner Sunshine arrives in town, a merciless fight over the loot begins. Sunshine tortures Charles, who is still naïvely trying to get the money, with vicious and sadistic games. At the same time, Kid and Sunshine try to outwit each other to see who takes the loot. In such a situation it is clear there will be no compromise and only one survivor.

KRITIKEN

[illegible]

Auxiliary Directors, Media Adver-

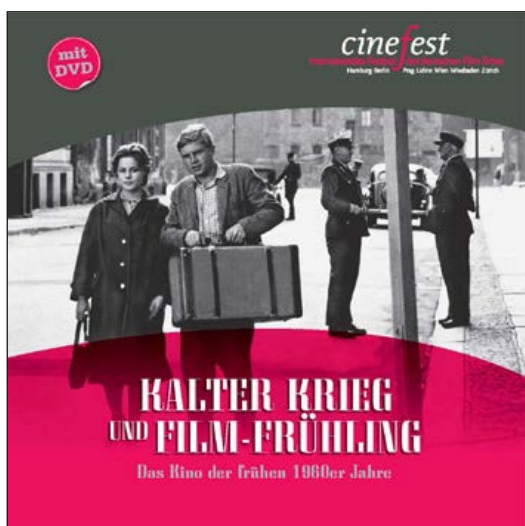
lyrischem A

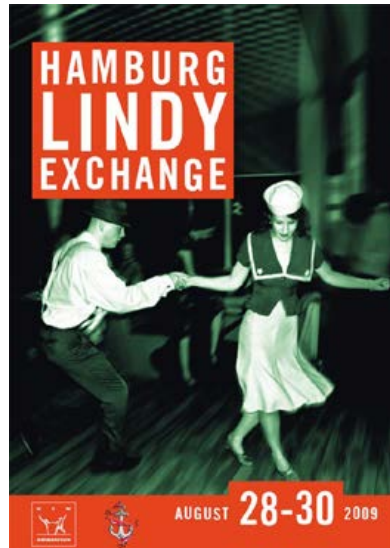
Wenn mehr, enthüllt es sich in der Machtans in der dramatischen Erzählweise die ihre Zusammenhänge nur bröckelweise im Fortgang des Geschehens preisgibt. Dieses Mehr hegt in der klaren Konzeption, die mit der expressiven Wucht haushälterisch umgeht, sich viel Zeit und der Kamera weite Einstellungen läßt, die die vorantreibenden Szenen im rasenden Stak-

Was ist nun eigentlich das »Mehr« in dieser blutrünstigen Schauermär? Ein versteckter Generationenkampf, ein im Retter ausgeführtes Gegenpaar von Weltveränderis. Damit kein Zweifel aufkommt: Man befindet sich im Killer-Milieu, entschieden außerhalb der Legalität. Dennoch gibt es dieses Gegenpaar: Alter und junger Killer.

Palast; Kinostart: 23.10.1970.
 — In englischer Sprache gedreht
 — Dreibuchpremiere (1969) und
 Spätlingpremiere (1970) des ARD
 — Deutscher Filmpreis 1971
Filmhand in Gold (Gestaltung) an
Richard Klock
 — FSK-Prädikat: Secondary wertvoll

Kopie: Filmgalerie 451, Berlin







Folgen Sie der hellen Salza Spur aus East Harlem über die West Side nach Mid und Downtown und erleben Sie selbst, was Salza für die "Hispanics" heute bedeutet. Tancos Sie live Musik in einem der eleganten Clubs wie LQ oder COPACABANA, nehmen Salza Unterricht bei Weltklasse Lehrern in einem der vielen "Academy of Natural Studies", wo Auditions und Proben für Broadwayshows gehalten werden. Dann New York ist nicht nur "the city that never sleeps", es ist vor allem auch die Stadt des Theaters, der Musik und der Gesetze!



Abgabeweise in Tanzschule- oder Studio, meist sehr hohen künstlerischen Niveau, einfache, glatte
als, keine Cocktails, manchmal wunderbar zum «dancer til you drop» oder einfach zum Tanzen, denn
um die Distanz! Kann ganz schön heiß werden. Hier die Herren übersteigern mit T-Shirt von Michael
samedi, aber bitte Tanzschuhe.

Mr. Dales (D. Capuchino, LG, DOP) Tumbach, T-Shifts, bewundern Muscle-Shifts, berge, harte, weis und da(N).Nin, Harn, colue als Harn, trage, Kette ist abgehangen, weis und hin, wufel, weis und rucklos - Dreiecke - und

CHEN
und verleben, außer auf dem Fingerring ... der bedeutet gar nichts zum Thema, aber im Restaurant
Eigenschaft zum Festhalten ... Manches ist nur in speziellen Essenszeiten erlaubt.

100

Following 42:

Tel: 040
Fax: 040

Test & Re-test

12. Schuffert

Karya I Widy
Jalan Cermak
Jember

Tel/Fax: 049 -
Mödel: 01 72

	Mail	Letter
	Web	www

Downloaded from <http://ajphaphysoc.org/> at University of California, San Diego on November 10, 2014

Editor © Tony Parker / SPICE EYE
Editorial Manager: Margaret Rogers / SPICE

EVENTS

... ..

MANHATTAN

MANHATTAN

S A L S A

100

NOTES

HOTSPOTS

1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639, 2640, 2641, 2642, 2643, 2644, 2645, 2646, 2647, 2648, 2649, 2650, 2651, 2652, 2653, 2654, 2655, 2656, 2657, 2658, 2659, 2660, 2661, 2662, 2663, 2664, 2665, 2666, 2667, 2668, 2669, 2670, 2671, 2672, 2673, 2674, 2675, 2676, 2677, 2678, 2679, 26

The NYC Experience - Salza la City entstand in Zusammenarbeit mit Reiseländer erhält die Essenz meiner langjährigen Erfahrung in der New Yorker Salza Szene. Auf der NYC-Salza-Map finden Sie wertvolle, aktuelle Adressen der «Salza-Net-Spot»: Clubs, Tanzschulen, hauseigene Lehrer und natürlich authentische Restaurants, umherer bietet erprobt und empfohlen von New Yorker Freunden der Szene. Der NYC-Salza-Pass ist eine Sammlung von Gutscheinchen für von mir persönlich ausgewählte Events, Tanzstudios oder Salza-Lehrer in Manhattan.

Cabo Ruiz und viel Spaß mit The NYC Experience - Salsa In The City wünscht Bruno Esteban Morales Moreno. [Salsa King](#)





PERSONAL- UND ORGANISATIONSENTWICKLUNG AN DER TU BERLIN

Das Projekt inbetween wurde an der TU Berlin ins Leben gerufen, um bestehende Ansätze zur Gestaltung von Teilzeit und Auszeit zu konkretisieren, weiter an die Organisation TU Berlin anzupassen und in ihrer Umsetzung zu verstärken. Zudem möchte das Projekt inbetween die TU-Berliner_innen in der Umsetzungsphase und aktiven Gestaltung mehr vernetzen, beraten und unterstützen.

Das Förderprogramm, entwickelt durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS), gemeinsam mit der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und dem Deutschen Gewerkschaftsbund (DGB), zielt darauf ab, Qualifikationsverluste von Mitarbeiter_innen während einer Familienphase zu verringern bzw. zu vermeiden und den beruflichen Wiedereinstieg zu unterstützen.

Der Abbau struktureller und persönlicher Hemmnisse steht dabei im Mittelpunkt.

Das Projekt inbetween wirkt innerhalb der TU und hat das Anliegen, Mitarbeiter_innen darin zu unterstützen, ein ausgewogenes „Lebensmanagement“ aktiv zu gestalten und gleichstellungsfördernde Ansätze zu realisieren.

Schaffen wir mit **inbetween** den Sprung!
Teilzeit und Auszeit konstruktiv nutzen!
Gleichstellung an der TU Berlin
aktiv leben und umsetzen!

WEITERE INFORMATIONEN, ANGEBOTE UND BERATUNG:

inbetween allgemein



www.tu-berlin.de/?id=119485

inbetween aktuell



www.tu-berlin.de/?id=119493

Inbetween - Gestaltung familiär bedingter beruflicher Auszeiten von Frauen in Unternehmen. Das Projekt wird gefördert im Rahmen der Bundesinitiative „Gleichstellung von Frauen in der Wirtschaft“ (www.bundesinitiative-gleichstellung.de). Entwickelt wurde das Programm vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales gemeinsam mit der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und dem Deutschen Gewerkschaftsbund (DGB). Das Programm wird finanziert aus Mitteln des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) sowie des Europäischen Sozialfonds (ESF).

Inbetween verfolgt in seiner Laufzeit bis 31.03.2014 zwei Handlungskonzepte:

I Qualifizierungskonzept
zum Thema: Frauen in Teil- und Auszeit

II Beratungskonzept
für Schnittstellenfunktionen der zentralen und dezentralen Personalführung der TU-internen Multiplikator_innen in Sachen Vereinbarkeit von Familie und Karriere

Technische Universität Berlin

Zentrale Einrichtung Wissenschaftliche Weiterbildung und Kooperation
ZEWK - Sekr. FH 10-1; Projekt Inbetween
Fraunhoferstr. 33 - 36, 10587 Berlin

Projektleitung Kristin von der Heiden und Iris Lohmann

Projektverwaltung Tel. 314 - 26055

Information und Anmeldung Tel. 314 - 73747 und 314 - 73394

Fax 314 - 24276

inbetween@zewk.tu-berlin.de



**Sichern Sie sich Ihr Gratis-Exemplar
im Rahmen des
DMG Adhäsionsangebots!**



Aus der Wissenschaft in die Praxis: Adhäsives Wissen auf 106 Seiten



Der Fortschritt der Adhäsivtechnologie in den letzten Jahren eröffnet der restaurativen Zahnheilkunde immer neue Möglichkeiten. Gleichzeitig wächst die Vielfalt der erhältlichen Produkte.

Vor diesem Hintergrund möchte DMG Ihnen mit dem Compendium »Adhäsivtechnik in der modernen Zahnheilkunde« einen zuverlässigen Begleiter an die Hand geben, der nicht nur die wissenschaftlichen Hintergründe eingehend beleuchtet, sondern diese auch nachvollziehbar in die Praxis überträgt.

Internationale Kompetenz – von Burgess bis Schiffrer

Im DMG Compendium finden Sie sowohl zahlreiche wissenschaftliche Artikel als auch praxisnahe Beiträge renommierter Experten. Darunter sind internationale Größen wie Prof. Dr. John Burgess oder Dr. Gary Radz ebenso wie bekannte deutsche Namen aus Forschung und Wissenschaft wie z.B. Dr. Hendrik Meyer-Lückel oder Prof. Dr. Ulrich Schiffrer.

Wir hoffen, Sie mit dem DMG Compendium in Ihrer täglichen Arbeit praxisgerecht unterstützen zu können.

Das DMG Aktionsangebot: Bond gekauft, Compendium gratis

Am DMG Messestand können Sie das Compendium Adhäsivtechnik für 29,90 € erwerben – oder Sie nutzen unser Aktionsangebot:

Beim Kauf eines DMG Adhäsivs erhalten Sie das 106-seitige Compendium gratis dazu.

Das DMG Adhäsiv-Portfolio: Hochwertige Lösungen für jeden Einsatzzweck:

TECO
Lichthärtendes Total Etch Bondingsystem mit überlegene Haftwerten von 38 MPa.

LuxaBond-Total Etch
Dualhärtendes Adhäsivsystem speziell für alle indirekten Techniken, perfekt abgestimmt auf LuxaPost und LuxaCore.

Contax
Lichthärtendes, selbsthärtendes und selbstkonditionierendes Adhäsivsystem für sichere Haftung in zwei Schritten.





Innovation. Made by DMG.

Dental Materials 2009 / 2010



Impression Material

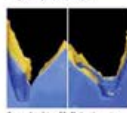


Honigum

Professional precision

Honigum represents a significant innovation of DMG. The precision impression material based on vinyl polysiloxane (VPS) combines exceptional mechanical values with a previously unobserved rheological behavior. Honigum's special rheological nature provides outstanding stability, with equally superior detail properties under other conditions such as the insertion of the impression tray. Best detail even in

even before the preparation are precisely reproduced in connection with the balanced hydrophilicity, reproduction of even finest details is guaranteed. Therefore Honigum provides optimal combination of reliable stability in conjunction with outstandingly good flow properties. Honigum is now available in several high-class series and material types. It offers a solution for every preparation.



Advantages

- Extraordinary stability
- Unparalleled flow characteristics
- Exceptional detail reproduction
- Excellent hydrophilicity
- Reproducible and long-term
- The perfect base for the lab

A quantum leap where rheological behavior is concerned



At low shear stress HonigumLight exhibits highest values concerning the stability.

At high shear stress HonigumLight exhibits best flow properties.

Here is found (originally, for comparison: Honigum, Silagum, StatusBlue, HonigumHeavy, HonigumPutty Soft, HonigumPutty Hard, HonigumPutty Light)

Honigum®-Light

Honigum®-Mono

Honigum®-Heavy

Honigum®-Putty

VPS-based correction impression material

VPS-based monophase impression material

VPS-based precision impression material with a putty consistency

Advantages

- Excellent flow properties
- Extraordinary stability
- Balance hydrophilicity
- Reproducible and long-term
- Available in two different cartridges 20 ml and 50 ml

Advantages

- One step process
- Reproducible of the preparation line
- Good surface details
- Good flowability
- Excellent hydrophilicity

Advantages HonigumPutty

- Unique snap-in technology (long working time and short time recovery)
- Excellent recovery after deformation
- Superior dimensional stability
- Removable by hand

Advantages HonigumPutty Soft

- Unique snap-in technology (long working time and short time recovery)
- Excellent recovery after deformation
- Superior dimensional stability
- Removable by hand

Advantages HonigumPutty Hard

- Unique snap-in technology (long working time and short time recovery)
- Excellent recovery after deformation
- Superior dimensional stability
- Removable by hand

Advantages HonigumPutty Light

- Unique snap-in technology (long working time and short time recovery)
- Excellent recovery after deformation
- Superior dimensional stability
- Removable by hand

Advantages HonigumPutty Ultra

- Unique snap-in technology (long working time and short time recovery)
- Excellent recovery after deformation
- Superior dimensional stability
- Removable by hand

Honigum®-Heavy

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Honigum®-Putty

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision

Professional precision





Freihafen- Flusspferde

Auf einem Hausboot im Willrichsburger Spreehafen lässt sich die Künstlerin Elisabeth Richnow zu immer neuen Installations-Ideen hinreißen.

VON PETRA SCHREIER

Für die Filmhistorikerin Susanne Kunkelmann, die in Berlin geboren wurde, ist die deutsche Filmgeschichte ein zentraler Bestandteil ihrer Arbeit. Seit 2001 ist Kunkelmann als Professorin für Filmwissenschaft an der Universität zu Köln tätig. In der folgenden Interviewrunde erzählt sie, wie sie zu ihrer Leidenschaft für die deutsche Filmgeschichte gekommen ist, welche Filme sie als Kind und heute noch gerne ansieht und welche Rolle der Film in der deutschen Kultur spielt.

Wie kam es zu Ihrer Leidenschaft für die deutsche Filmgeschichte?

Kunkelmann: Ich bin in Berlin geboren und habe von klein auf mit dem Film zu tun gehabt. Mein Vater war ein großer Filmfan und hat mich von klein auf mit Filmen vertraut gemacht. Ich habe mich immer für die deutsche Filmgeschichte interessiert und habe mich immer für die Rolle des Films in der deutschen Kultur interessiert. Ich habe mich immer für die deutsche Filmgeschichte interessiert und habe mich immer für die Rolle des Films in der deutschen Kultur interessiert.

Welche Filme haben Sie als Kind und heute noch gerne angesehen?

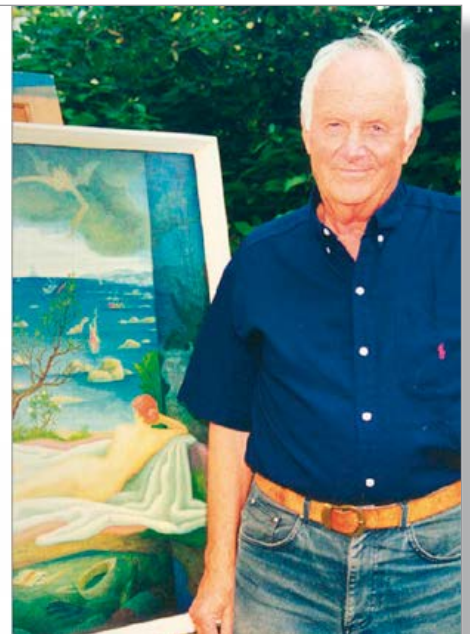
Kunkelmann: Ich habe als Kind viele Filme gesehen, die heute noch sehr beliebt sind. Ich habe mich immer für die deutsche Filmgeschichte interessiert und habe mich immer für die Rolle des Films in der deutschen Kultur interessiert. Ich habe mich immer für die deutsche Filmgeschichte interessiert und habe mich immer für die Rolle des Films in der deutschen Kultur interessiert.

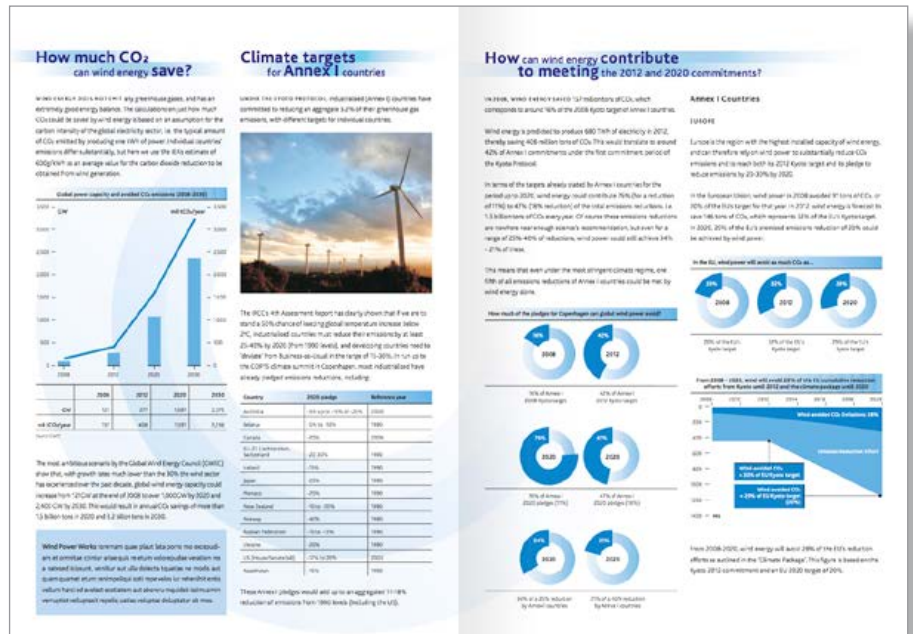
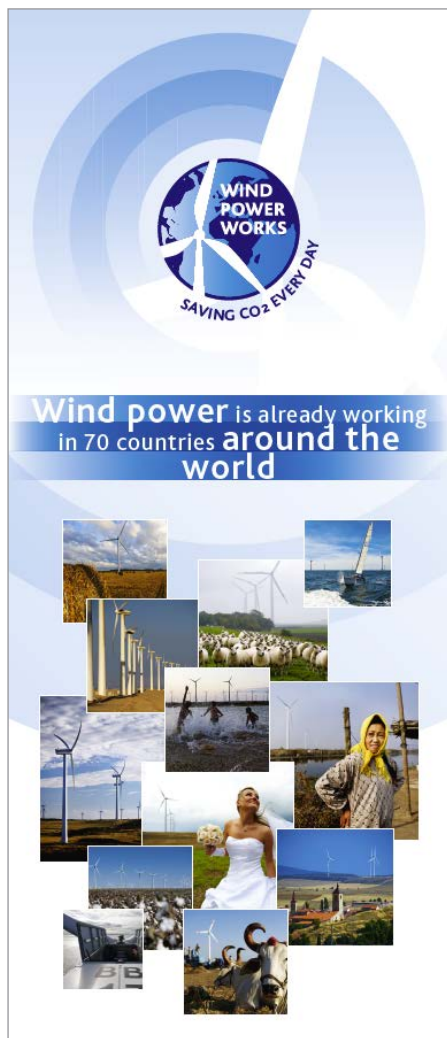
Welche Rolle spielt der Film in der deutschen Kultur?

Kunkelmann: Der Film spielt eine wichtige Rolle in der deutschen Kultur. Er ist ein zentraler Bestandteil der deutschen Kultur und hat eine lange Geschichte. Der Film ist ein zentraler Bestandteil der deutschen Kultur und hat eine lange Geschichte. Der Film ist ein zentraler Bestandteil der deutschen Kultur und hat eine lange Geschichte.

Mal sind in Geschichte aus unserer Abing verknüpft mit Allegorien aus der Mythologie, und eine Elitensucht nach Monogrammen und dazugehörig. Doch jeder Mal sind

Lentis genus were collected distal to the incision, more gracile than the teeth distal to the jaw.





Introducing WindMade™

THE OBJECTIVES OF
WINDMADE

The purpose of WindMade is to increase the use of wind power, thereby contributing to sustainability, resource efficiency and energy security.

Empower consumers to contribute to a better world

The WindMade label will give consumers the opportunity to choose companies and products that are in line with their own values. By making informed decisions, they will reward companies that have a clear commitment towards our

Enable companies to show their commitment to renewable energy

The WindMade label provides qualifying companies the ability to effectively communicate to consumers a commitment to wind energy in a simple and intuitive way. This will differentiate their brand and enhance their reputation.

Raise consumer awareness towards wind power

WindMade's ultimate objective is to promote wind power to consumers, in order to educate the public on the benefits and competitiveness of wind power. To achieve this, WindMade will run promotion and marketing campaigns in

Drive demand in wind power

WindMade is dedicated to increasing investments in wind power by bringing demand for products that embrace this clean and sustainable energy source. This will help build one wind power installation in countries around the world and bring substantial environmental and economic benefits.

THE CORPORATE
RENEWABLE ENERGY
INDEX (CREX)

The world's largest corporations are becoming a key driver for the deployment of renewable energy across the globe. Recent research undertaken by Bloomberg New Energy Finance (BNEF) has shown that companies around the world are seeking to purchase clean energy to power their facilities, and to reduce their environmental impact.

CREX is the largest and most global study ever conducted to measure corporate renewable energy consumption

Wind is by far the most popular
renewable energy source

Wind power was by far the most popular renewable energy source for companies that knew how their renewable energy was generated. It represented 15% of all renewable energy procurement, compared to 3.4% for hydro, 11% for biomass, 1% for solar, 10% for natural gas and 14% for other.

CREX companies have outperformed
their peers

Over the past three years, companies that have a dedicated effort in place to procure renewable electricity have substantially outperformed the benchmark in terms of shareholder value, with a cumulative performance of +24.7% against +12.8% for the S&P 500 (WindMade Index (WMI)) over the past three years. This outperformance is also holding dear in our year period.

© 2013 Global Corporate Renewable Energy Index (CREX), June 2013

23

WHY WIND?

Wind power has a number of key attributes that set it apart from other sources of energy, and make it a significant part of the energy solution.

Stable and low cost of energy

Wind energy is already competitive with other forms of power production in many regions, and even more so when taking into account carbon emissions. Wind has the ability to make the production of an affordable price without sacrificing the environment.

Limited

Low w

Water scarcity, conventional A gas, coal and oil consuming, low Wind energy of fresh water, ing the challenge

GLOBAL CONSUMER STUDY

Consumers demand change. Now.

Consumers are increasingly concerned about the environmental footprint of the brands they buy. A recent survey conducted by TNS Gallup gave unique insights into consumer perceptions about climate change, renewable energy and the environmental impact of their favorite brands.

Consumers need clear and intuitive guidance for being able to vote with their wallets.

Fact 1: Consumers believe that renewable energy is key to solving our climate



The study shows that consumers believe that climate change is the single most important challenge facing the world today. They also think that renewable energy is a powerful tool for mitigating climate change, and they prefer renewables over other energy sources.

Fact 2: Consumers care about the environmental impact of leading brands

Consumer preferences drive markets, and those companies that can adapt to demand are more likely to succeed. The recent poll has shown that consumers are increasingly aware of the climate friendliness of leading brands, with 60% of respondents having a positive or negative perception about the brands. This figure is up from 58% in the previous year (2012).

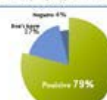
© 2013 Gallup study Climate Risk Study (polling approximately 10,000 respondents across 38 markets, June 2013)

24

Fact 3: Brands use to influence consumer perceptions by switching to green energy

79% of consumers would have a more positive perception of brands that use wind power as their main source of energy. This means that companies have the potential to influence brand perception by making that switch. In addition, the survey clearly indicates that consumers would be more willing to buy products from brands using wind power.

If a brand were produced using wind as the main source of energy, how would this affect your perception of the brand?



Fact 4: Consumers demand a clear label to guide their choices

Many companies are committed to sustainable behavior, but finding the way to communicate this commitment can be a challenge. Clear and intuitive guidance and transparency, and serve as a powerful communication tool. 65% of consumers believe that the WindMade label would be relevant to them.

Until now, consumers have not been to companies which brands are more environmentally friendly in terms of their energy consumption. Now WindMade is here to change this.

Fact 5: Consumers reward brands that use renewable energy

Consumers have more positive attitudes towards purchasing brands that perceive to be climate friendly, and recommending those brands to others. Consumers prefer green

brands, and will be more willing to purchase them. That is a very good news indeed for companies embracing comprehensive sustainability efforts.

25

GWEC

GLOBAL WIND ENERGY COUNCIL

Global Wind Energy Council the voice of the global wind energy sector

We work at the highest international political level to create a better policy environment for wind power. Our mission is to ensure that wind power establishes itself as the answer to today's energy challenges, providing substantial environmental and economic benefits.

GWEC is a member-based organisation that represents the entire wind energy sector. The members of GWEC represent over 1,500 companies, organisations and institutions in more than 78 countries, including manufacturers, developers, component suppliers, research institutes, national wind and renewables associations, electricity providers, finance and insurance companies.

GWEC

GLOBAL WIND ENERGY COUNCIL

GWEC works globally to create a better policy environment for wind power

What is GWEC's role?

Policy development
We represent the wind industry's interests in international negotiations to ensure that wind power takes its place as a major energy source (IEA, IRENA, UN, etc.).

Global outreach
We work with local partners to help open up new markets, helping to create the policy environment for wind power to thrive across the world.

Information and education
We provide authoritative information, analysis and data about the status of the industry globally, along with our expectations for the future.

Global cumulative installed wind capacity 2011

Region	Capacity (MW)
Europe	10,000
Asia	8,000
North America	6,000
South America	4,000
Africa	2,000
Oceania	1,000
Rest of World	1,000

GWEC events - the meeting place for key wind sector players around the world... organised by the industry, for the industry...

BRAZIL

Installed wind capacity in the Brazilian wind sector in January 2012

Year	Installed capacity (MW)	GWEC's role
2008	100	GWEC's role
2009	200	GWEC's role
2010	300	GWEC's role
2011	400	GWEC's role
2012	500	GWEC's role

Market developments in 2012

At the end of 2012, Brazil had 2.5 GW of installed wind capacity, enough to power four million households and accounting for 2% of national electricity consumption. In 2012 alone 40 new wind farms came online, adding more than 1,000 MW of new capacity to the Brazilian electricity grid and creating 1,000 new jobs. This represents an investment of USD 1.4 billion (USD 1.4 billion), which is expected to increase to USD 2.5 billion (USD 2.5 billion) by 2013.

The Brazilian wind market

In the near future, wind power production capacity and turbine manufacturing are likely to exceed national demand in Brazil, providing an excellent opportunity for the country to become an export hub.

The Brazilian government's economic energy plan (PES 2012) sets a goal of 10 GW of installed wind capacity by 2015, accounting for 10% of national electricity consumption.

Recent developments in the Brazilian wind power sector can be regarded by a number of important structural factors, in particular by the technological progress achieved by the industry. In addition to their wind resources in the country, regular competitive auctions in the regulated market and beneficial financing policies have put Brazil in an excellent position to be the regional leader in wind energy generation and development.

However, some significant challenges facing the wind energy sector still remain. In 2012 the main challenges were related to lack of sufficient transmission and distribution lines, revision of rules of the accreditation of manufacturers according to the financing program of machinery and equipment (Fimec) provided by the National Development Bank (BNDES), requiring new higher levels of local content, and required improvements of the auctions.

Technical progress which is based on the height of the wind turbine (50 to 100 meters) has strongly contributed to the increased competitiveness of the Brazilian wind industry. The diameter of the blades and rotors are specific to Brazilian

GLOBAL OFFSHORE

The state of play of the global offshore market

Twenty-five years have passed since the world's first offshore wind farm was built in Denmark, Vindby (5 MW). Today, 1,400 MW of offshore wind power has been installed globally, representing about 2% of total installed wind power capacity. More than 10% of it is installed in northern Europe, and most of the world's offshore wind projects are in the North Sea, the Baltic Sea, and the English Channel, and most of the world's offshore wind projects are in the North Sea, the Baltic Sea, and the English Channel, and most of the world's offshore wind projects are in the North Sea, the Baltic Sea, and the English Channel.

Although offshore wind development has been slow, it is still a growing market. In 2012, the global offshore wind market was valued at USD 1.4 billion, with a projected growth rate of 10% per year. The market is expected to reach USD 2.5 billion by 2015.

Global cumulative offshore installed capacity in 2012

Region	Capacity (MW)
Europe	1,000
Asia	800
North America	600
South America	400
Africa	200
Oceania	100
Rest of World	100

Offshore wind energy sector posts solid 2012

1,300-MW offshore wind power capacity was connected to the electricity grid during 2012, bringing the total to 4,300-MW. Over 70% of all new capacity was installed in the UK (1,300 MW), followed by Belgium (800 MW or 18%), Germany (600 MW or 14%) and Denmark (400 MW or 9%). Of the total 1,300-MW installed in European waters, 80% were located in the North Sea, 10% in the Atlantic Ocean and the remaining 10% in the Baltic Sea.

The industry outlook for 2012 represents a number of around 1.5 billion euros. Offshore prospects for 2013 and 2014 are positive with 14 projects under construction, due to increase

GLOBAL OFFSHORE

Global cumulative offshore installed capacity in 2012

Installed capacity by a further 3.3 GW, reaching total offshore capacity in longer to 3.3 GW

Offshore industry development in Europe

Despite the majority of European offshore wind farms being built in the UK (70%), the developers of offshore projects are becoming more diversified. Ørsted, the largest developer in the European offshore sector representing 18% of total installations in 2012, Ørsted, 12%, Vestas, 10%, RWE (10%), SSE (10%), E.ON (10%), National Grid (10%), Iberdrola (10%), and others (10%) installed more than 10% of the capacity that came online during 2012.

UK leads the way

The UK is the world leader in offshore wind, with 2,340 MW. The UK government's Renewable Energy Roadmap, which was updated in December 2012, indicates that offshore wind could contribute to 10% of UK electricity by 2020.

New development & grid roadmap in Germany

Offshore wind energy in Germany grew to 280.3 MW in 2012, and a further 27.2 MW are under construction. Four German offshore wind projects are 20-40 km from the coastline in

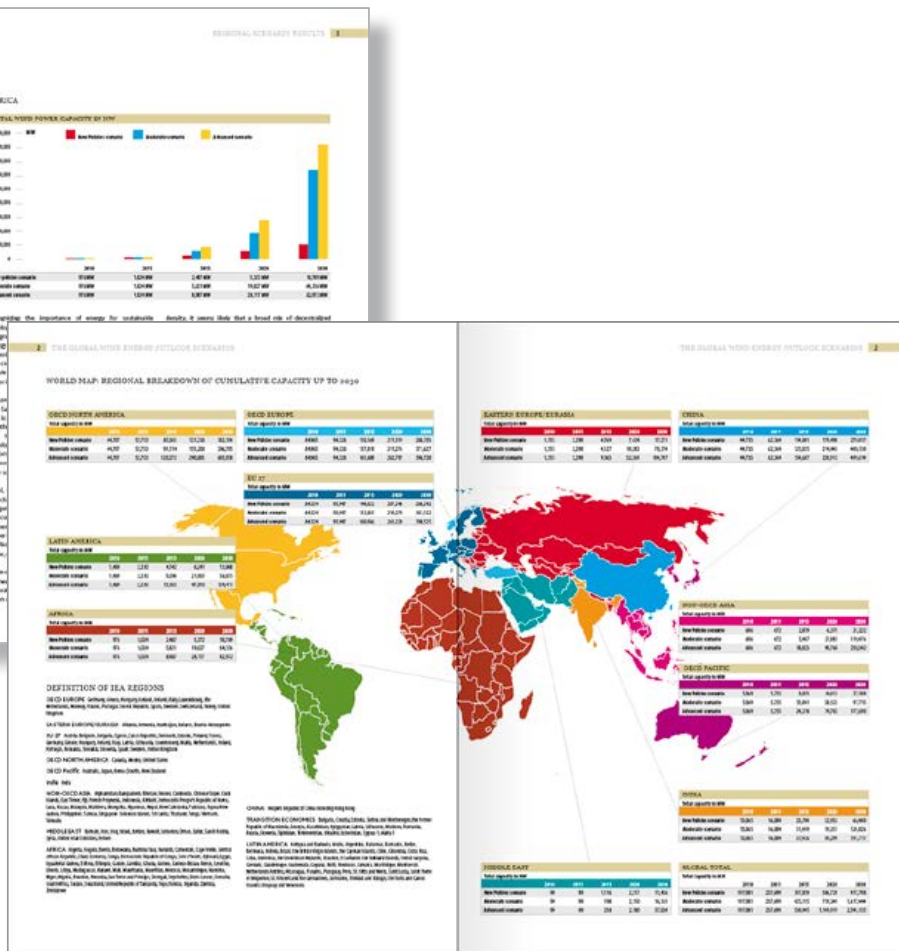
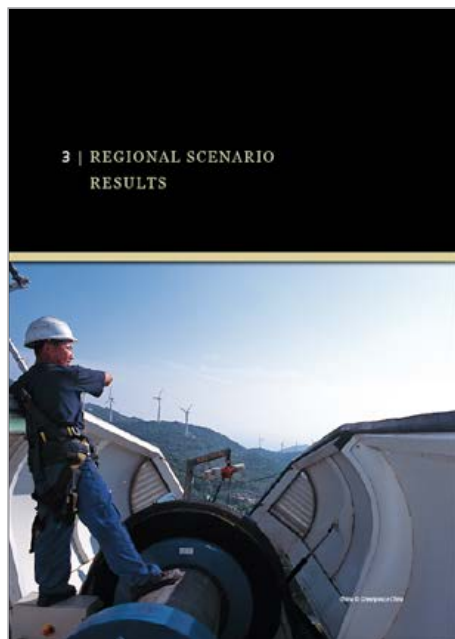
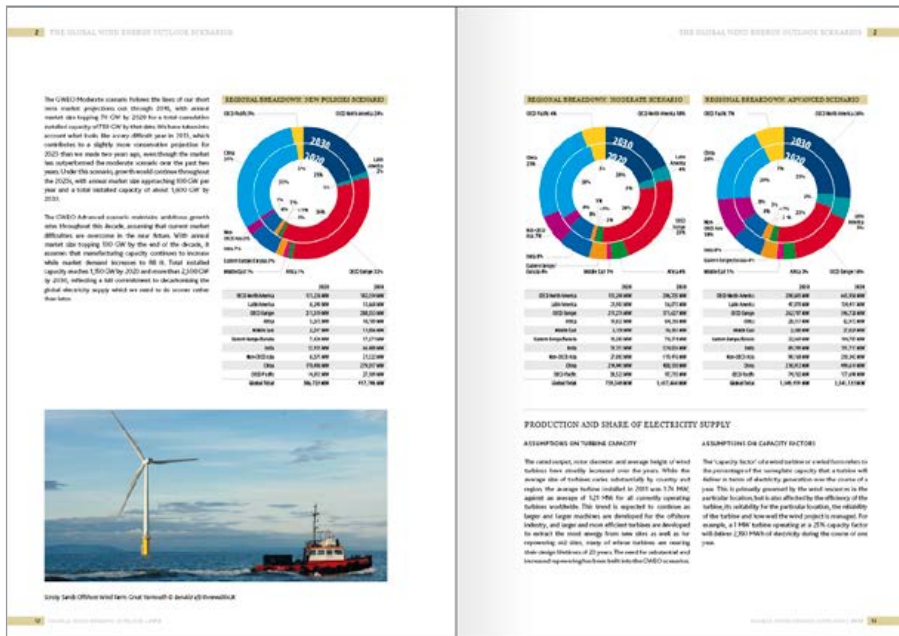
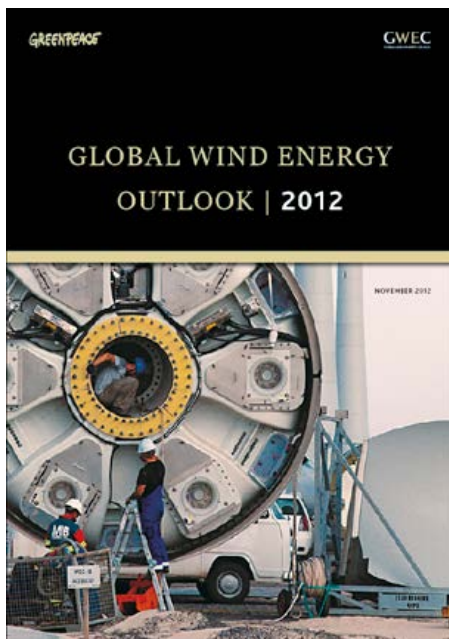
waters 20-40 metres deep. To date, 25 projects have been licensed by the national maritime authority and the Federal States, bringing the total capacity to 3,000 MW, with more depending on future plans.

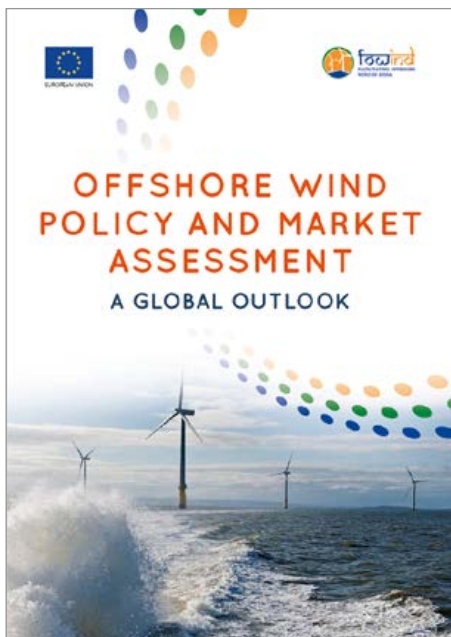
Belgium and Denmark moving on strongly

Belgium, despite its very small offshore area continues to hold third place in Europe in terms of installations. Denmark's ambitious target to increase the penetration of wind energy to electricity use to 10% by 2020 depends to a great extent on new offshore projects.

Slow progress in China

China installed 107 MW of offshore wind in 2012, of which 173 MW was in state-owned projects. In the shallow near-shore zone which does not sit at low tide, unlike to China and the remaining 14 MW were near shore demonstration projects. The majority (70%) of the Chinese offshore projects are state-owned projects, accounting for a total of 201 MW in 2012. China maintained its 2nd position in offshore wind development with a total of 388.6 MW, after the UK and Denmark.





More Crop Per Drop

WATER REPORT ON THE COTTON INDUSTRY

Working with smallholder farmers to increase yield and maximise water efficiency in the cotton industry



SEPTEMBER 2014



1. Introduction

1.1 Cotton is big business

Some 25 million tonnes of cotton is produced every year in 80 countries – from China, the US to India, Pakistan and West Africa. Around 2.5% of all available arable land is under cotton production – some 38 million hectares – providing enough raw material to service current average worldwide consumption of 42 square metres of cotton per person per year, according to WFP.

It is an important industry in the livelihood and wellbeing of millions of farmers and their families, 90% of which live in the developing world. It's also a complex sector, relying on the efforts of more than 100 million individuals that generate small profits at best for less than two hectares.

But cotton has a problem. It is an incredibly thirsty crop, accounting for more than 5% of the global water consumption used for all crop production. According to Better Cotton Initiative, it can take about 10,000 litres of water to make one kilogramme of cotton. As the figure below shows, making one cotton T-shirt requires around 2,700 litres, the same amount of water the average person drinks during the course of three years.

In India, cotton cultivation accounts for using nearly 15% of water used for irrigation in agriculture across the country.

Water footprint of cotton products	Blue Water	Green Water	Grey Water	Total water
1 pair of jeans	4,200	4,400	1,300	9,900
1 cotton shirt	1,200	1,800	300	2,700
1 pair of slippers	370	300	110	780
1 cotton seed (GPI)	1.8	1.8	0.5	4.1

1.2 Water Scarcity is a Growing Problem

Cotton's demand for water is a problem that is not going to go away. The growing population and increasing competition means that more people are having more consumer goods, including cotton products such as fashion garments, footwear, towels and medical supplies.

According to the World Economic Forum, water security is 'one of the most tangible and fastest-growing global political and economic challenges faced today'.

It argues that as the demand for water increases, the world will face a 40% global shortfall between forecast demand and available supply by 2030.

And water is becoming scarier in the regions where cotton is most commonly grown, due to the impact of a changing climate and changing weather patterns that can lead to more consistently competing with food crops and livestock for this ever-scarping, finite resource.

And it is up to businesses and NGOs to support and work with the thousands of smallholder farmers to enhance their water security. CottonConnect has worked with more than 150,000 smallholder cotton farmers in India, Pakistan and China over the past four years – supporting and collaborating with some of the brands that rely on cotton in their supply chain – to tackle these issues at farm level.

Section 2 highlights what has already worked, section 3 explores the barriers to farmers adopting more sustainable agricultural practices, and the final section sets out a series of actions for brands and retailers can take to help build a more robust and sustainable future for cotton.

WWF's 2003 report, 'Thirsty Crops', points to the fact that, although agriculture uses 70% of the world's water, rising to 90% in many developing countries, just 20-50% of the water withdrawn actually reaches the crops because it is often lost during transfer to the fields. It adds that big food-producing countries like China, India and Pakistan have reached or are close to reaching their renewable water resource limits. 'Water tables are dropping by as much as 10 metres annually in the worst cases,' it says.

The combination of poor and inefficient use of water in farming practices across the developing world, lack of access to education and sharing of best practice, and lack of access to finance to invest in new technologies is exacerbating the problem. Brands and retailers that rely on the supply of cotton to make products sold in their stores across the world will ultimately bear the brunt of this water crunch. The cotton industry must better understand its water footprint and try ways to deal with it responsibly – not only for the environment and for consumers, but also for the wellbeing of the communities in which cotton is grown and manufactured.



2

THE Drip Pool Programme in India



Before and after: Drip Pool Programme has helped the benefits after buying a 3-acre drip irrigation system using a loan from the Drip Pool Programme.

The Drip Pool Programme, funded by the C&A Foundation, began in June 2011. The project's aim was to improve the productivity of the cotton crop for farmers in India by reducing the water footprint through the use of irrigation.

CottonConnect, working with local partner Agri Kisan Rural Support Programme India (AKRSPI), helped mobilise the cotton-growing farmers by educating them on the uses and benefits of drip irrigation systems – particularly drip that reduces water consumption and improves the productivity of the cotton crop.

Deshraj Ramnagar Mehta from Sukla village of Sakti Taluka in Gujarat, a state in the west coast of India with a population of more than 60 million. He has a 5.5-acre farm used to cultivate cotton (sowing 3.5 acres), sugarcane (sowing 1 acre) and wheat.

In 2011, Deshraj purchased a 3.5-acre drip irrigation system using a financial loan from the Drip Pool Programme. After installing the system, he was able to grow cotton three weeks ahead of the usual planting season and to harvest 2,700 kilograms more than his brother Ramnagar who is farming the same size and quality of land with the same agricultural inputs.

Meanwhile, Magan Shah a farmer in Sarabha village in Chitroda Taluka, again in Gujarat, India also installed drip irrigation system as part of the Drip Pool Programme.

In 2011-2012, India faced a poor monsoon season. However, Magan found his cotton production increased by 50% compared to the previous year. Last year, his income was INR 160,000 (US\$14,700). But this year, that figure rose to INR 240,000 (US\$21,400), and being able to plant a crop of wheat gave Magan an additional income of INR 120,000 (US\$10,700).

He also experienced cost savings using less chemicals, fuel and seed (INR 1,000 (US\$80)). And he reduced the number of labour days spent weeding and irrigation by 20% to 30%.

Drip irrigation not only results in significant water saving, but also results in an increase of the yield with higher germination rates. Introduction of the drip means farmers don't need to rely on the weather – and the early maturity of the crop gives a better return on the investment. The technique also allowed him to increase with a generation of applications of fertilisers through drip irrigation.

2.4 Research shows water benefits in organic cotton vs. conventional approach

In 2011, C&A Foundation and CottonConnect supported the Water Footprint Network to measure the environmental impact of organic cotton farming practices versus conventional practices. The study was designed to better understand the impact of cotton farming on freshwater pollution using grey water footprint (GWP) – the volume of water required to maintain the water quality according to agreed water quality standards – as an indicator.

It studied two farm samples, one composed of 240 conventional cotton farms and one composed of 240 organic cotton farms in the states of Gujarat and Madhya Pradesh in India where around 60% of the cotton fibre used in C&A's clothing is produced.

It confirms that conventional farming practices generally have a higher grey water footprint than organic farming practices. 'In fact, the conventional farms are able to produce 600 metric tonnes of cotton a year versus the 577 tonnes of organic production, but it does not justify the 0.5 times larger total grey water footprint (957,150 m³/year for the conventional farms and 39,793,427 m³/year for the organic farms)'.
www.waterfootprint.org

C&A Foundation
C&A Found.
130,000 Euro
"With Cotton to drip irrigation water usage"

"We believe standard to benefits, W. households full thousands"

"C&A found farmers, but business for and by them"

3. Action from brands to take impacts to scale



The activities and approaches for smallholder cotton farmers, supported by CottonConnect, prove that change is possible. In fact, results demonstrate that have interventions at farm level and make a significant difference to environmental, social and economic outcomes, as smallholders reap the benefits of using less water while improving their crop yields.

But now is the time to scale-up these activities as the three pillars of action at a project or pilot level are replicated and combined by not only hundreds of thousands of farmers, but by nations. However, challenges and barriers to the adoption of more modern and sustainable agricultural practices remain.

These could potentially be overcome by international brands playing a bigger role in helping to build better relationships with their suppliers and to support the efforts of farmers that will build a more resilient supply of cotton via knowledge sharing, education, training and improving access to finance.

3.1 Brands and Retailers Must Recognise the Business Risk and Be More Accountable

The CDP's 2013 Global Water Risk Report suggests that companies are getting to grips with their water use, risk and impacts. The survey indicates that over 80% of the businesses that responded now have water management plans in place.

But despite the vast majority of companies reporting that water represents a 'substantial business risk', most companies are primarily focused on managing water within their own operations – not along the supply chain. The CDP claims that 'water stewardship activities are relatively lacking, particularly regarding their consistency and timeliness to risks that could be mitigated'.

The recent VODI Global Pacific Institute study examining whether US companies are prepared for future water challenges is consistent with the CDP data. Responding to the survey, 70% percent of businesses claim that they currently face water challenges, with 40% stating that they will face water challenges in the next five years.

And many note the connection between water challenges and their bottom line, with almost 60% indicating that water issues are a 'significant' or 'very significant' threat to business growth and profitability.

However, many respondents said they had no plans to increase the breadth and scale of their water risk management practices. The report claims that nearly 70% of companies and their current level of investment in water management is 'sufficient', which is inconsistent with the widespread belief that water challenges 'will significantly worsen in the next five years'.

Clearly, business recognises that water risks are important and pose a significant risk to their

business. But the reality is that few are making plans to do something about it, particularly in dealing with the water challenges faced across their supply chain.

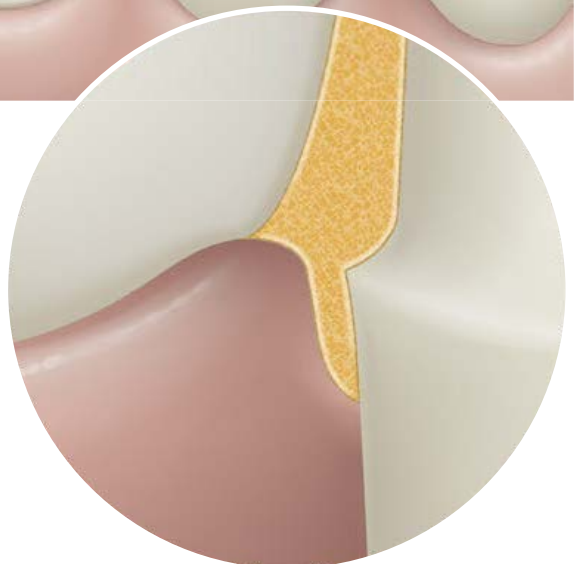
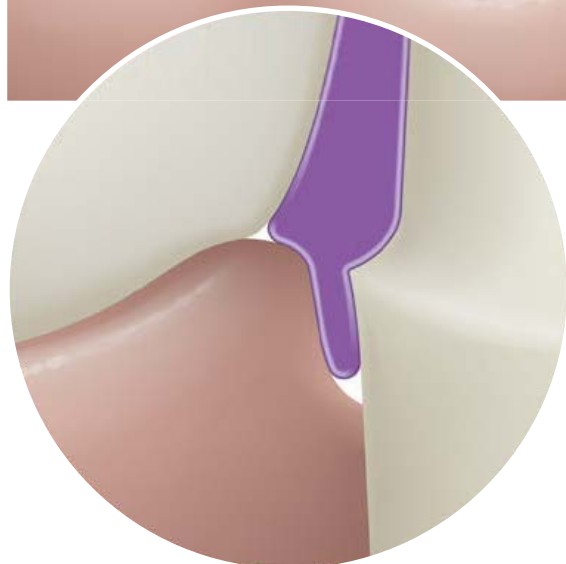
If you are unaware of the impacts along the supply chain – or don't know where they are – it is difficult to be accountable for dealing with them. It is up to brands to understand the challenges faced by their suppliers and to take action where it is needed.

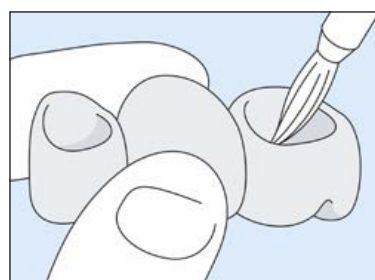
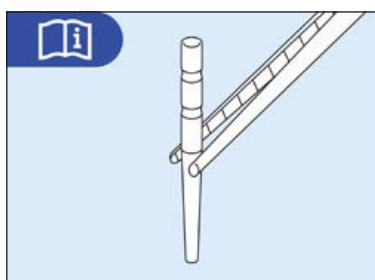
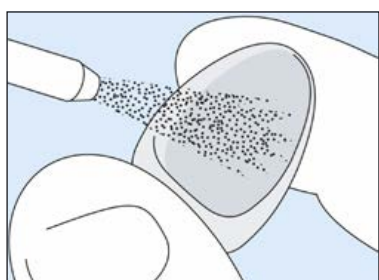
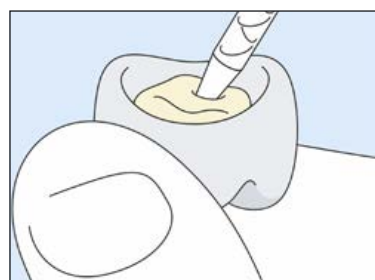
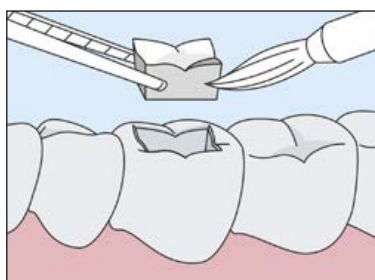
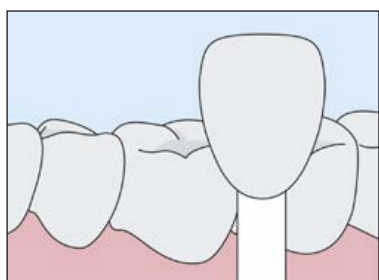
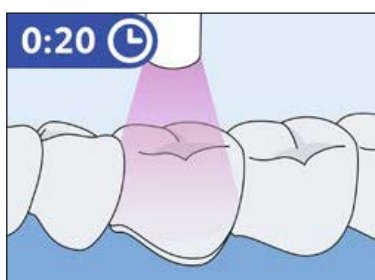
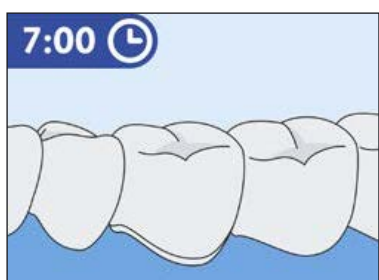
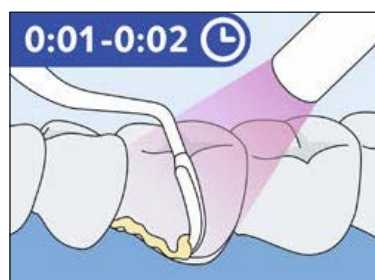
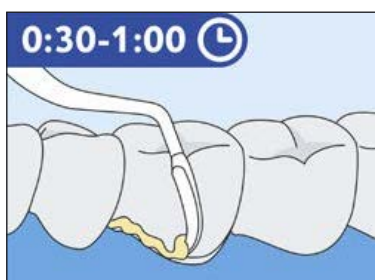
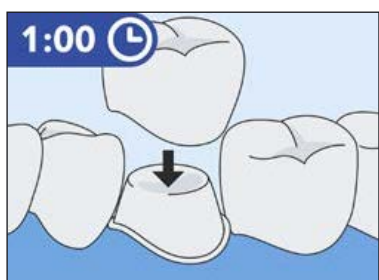
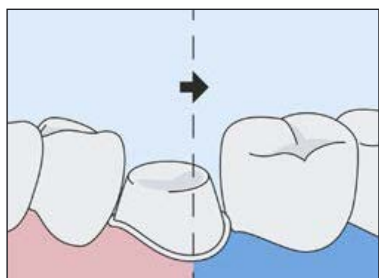
3

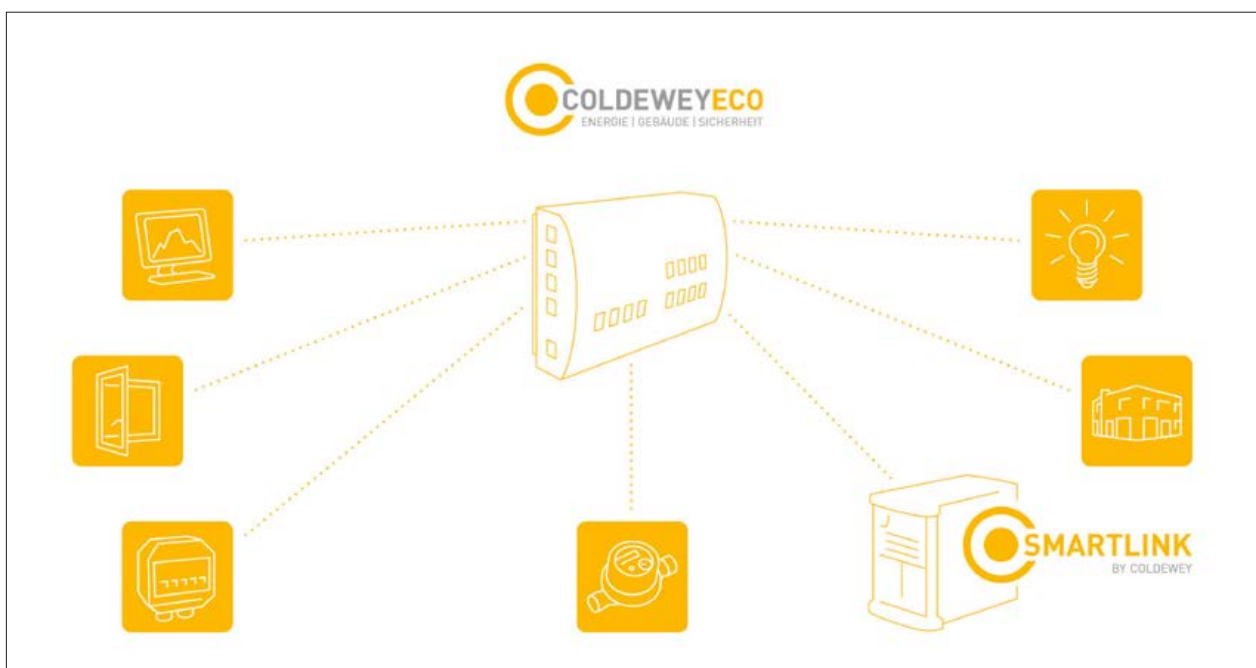
10

11





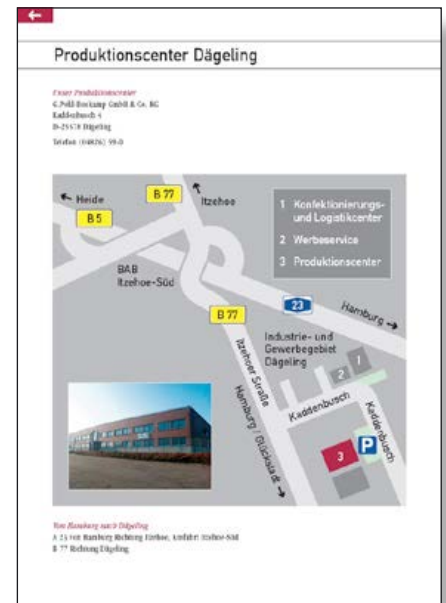
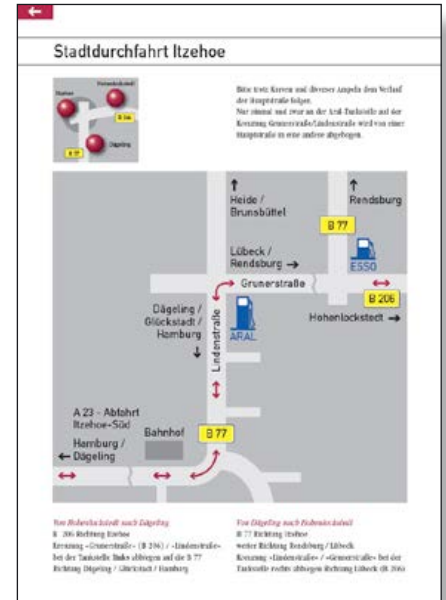
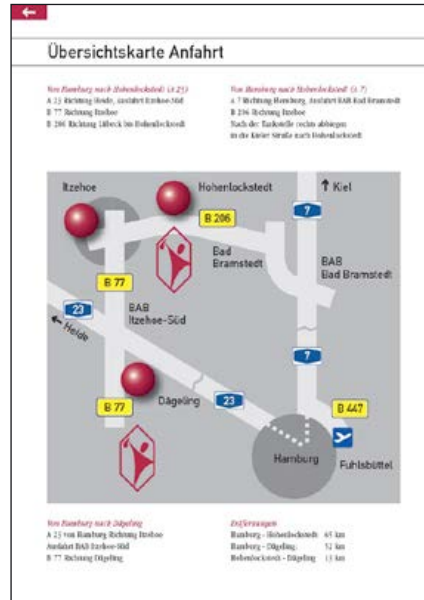














SAI Platform's FARMER SELF ASSESSMENT 2.0

How was it developed?

SAI Platform developed **Farmer Self Assessment** with experts from two working groups, Arable and Vegetable Crops and Fruit, and consulted with over 20 organisations. **Farmer Self Assessment**, which can be completed online or on paper, has about 100 questions created from SAI Platform's Principles and Practices which food and drink companies agree adequately define sustainable agriculture practices. It covers environmental, economic and social sustainability.

What is it?

Farmer Self Assessment is designed for farmers to assess their sustainable agriculture practices. It is the first food and drink industry aligned assessment which means only one set of assessment criteria for farmers meets the sustainable sourcing needs of many companies. Any farmer can complete the assessment online and it can be used for most crop types, farm sizes and locations around the world.

How was it tested?

More than 20 companies have already used **Farmer Self Assessment**. Early adopters are Danone, HEINEKEN, Kellogg's, McCain Foods, Mondelez International, Nestlé, PepsiCo, The Coca-Cola Company, Unilever and Yakima Chief, who have tested it with their supplying farmers. **Farmer Self Assessment** has been benchmarked against certification and company standards, and proved to be a valuable reference.

Now is the time to get on board!

THE GLOBAL FOOD AND DRINK INDUSTRY INITIATIVE FOR SUSTAINABLE AGRICULTURE

Crop types and locations around the world where Farmer Self Assessment 1.0 was piloted

Farmer Self Assessment was piloted with farmers and farmer representatives

Crop	Location
POTATO	Canada, US
HOPS	US
ORANGE	Florida
PINEAPPLE	Costa Rica
LIME	Honduras, Mexico
BANANA	Costa Rica, Ecuador, Guatemala
PASSION FRUIT	Ecuador, Peru
ACAI	Brazil
WHEAT	England
SUGAR BEETS	England
CIDER APPLE	France
BARLEY	France
HOPS	Germany
SUGAR BEETS	France, Germany, Netherlands
APPLE	Germany, Italy, Poland
PEACH	Greece, Italy
PEAR	Italy
GRAPE	Italy
LEMON	Sicily, Spain
ORANGE	Spain
GRAPE	Spain
WHEAT	Italy, Turkey
POMEGRANATE	Turkey
COCONUT	Indonesia
MANGO	India
RICE	Burundi, Democratic Republic of Congo

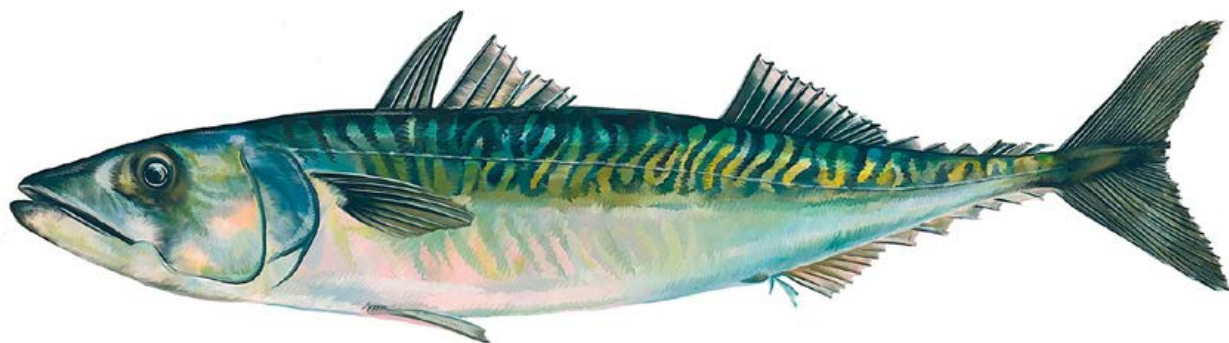
HOW FARMER SELF ASSESSMENT WORKS

Current Situation: Multiple Assessments

The Goal: One assessment for all

KEY BENEFITS OF FARMER SELF ASSESSMENT

FOR FARMERS	FOR COMPANIES
Take stock: A great way to assess sustainable agricultural practices and communicate to customers	Simplify sourcing: Use an industry recognised assessment of sustainable growing
Save time and money: No need to complete multiple assessments for multiple customers	Achieve sourcing goals: Meet externally communicated commitments of sustainable sourcing
Increase market access: Potentially sell to more companies using the same assessment	Make the business more sustainable: Continued supply of raw materials recognised as sustainably grown



Fischbestand: Lebensraum Süßwasser

Flusskreb



Lat.: *Decapoda* spp. D.: Flusskreb, GB.: Crayfish, F.: Écrevisse, It.: Astacoidei, E.: Cangrejo de río
Nährwerte pro 100 g: kcal: 64 kJ: 269 Eiweiß: 15 g Fett: 0,5 g

Forelle



Lat.: *Oncorhynchus mykiss*, D.: Regenbogenforelle, GB.: Rainbow trout, F.: Truite arc-en-ciel, E.: Trucha iridis, E.: Trucha arco iris
Nährwerte pro 100 g: kcal: 103 kJ: 433 Eiweiß: 19,5 g Fett: 2,7 g

Flusskreb, Verblüffend: Geht dem Flusskreb mit einem sehr sehr Reine verloren, wachst es schon bei der nächsten Häutung wieder nach!
Mehr als 300 Flusskreb-Arten tummeln sich in den Süßgewässern der Welt. Der früher in Deutschland stark verbreitete Edelkreb (12–15 cm groß, bis 140 g schwer) kommt heute allerdings nur noch in geringen Mengen in Süddeutschland vor. Stattdessen wird der Galitzierkreb (11–14 cm groß, bis 200 g schwer) aus dem Iran, der Türkei und China importiert. Oder der vorzügliche Signalkreb, der vor allem in England gebräutet wird. Letzterer fällt durch seine weißen bis blaugrünen Streifen an den Scherengelenken auf. Flusskreb sind mit den Langusten verwandt. Sie leben am Grunde klarer Bäche, Flüsse und Seen, wo sie sich von Kleintieren und Wasserpflanzen ernähren. Ihre schlanken Scherenglieder dienen dabei als perfekte Greifwerkzeuge. Die Fangsaison geht von Juni bis Dezember. Lebende Tiere, im Ganzen frisch gekocht, stehen bei Feinschmeckern hoch im Kurs. Kriebelkreb gibt es aber auch tiefgekühlt, in Lake und Gelée oder als Konserven.

Forelle, Die Nummer eins in Europas Süßwasserzuchten! Allein aus deutschen Teichen kommen 25.000 Tonnen Regenbogenforellen pro Jahr.
Es gibt See-, Bach- und Regenbogenforellen, ein begehrter Fang für Angler. Am häufigsten werden bei uns jedoch die robustesten, ursprünglich aus Nordamerika stammenden Regenbogenforellen angeboten. Die meist in Teichen gezüchteten Fische erreichen eine Länge von bis zu 70 cm und ein Gewicht von 7 kg, handelsüblich sind Exemplare von 300–500 g.
Ihr mageres, grätenarmes Fleisch ist hell, zart und fein im Geschmack. Besonders lecker schmecken Forellen „blau“ gegart, gebraten oder frisch geräucher. Aber auch gedünstet, gegrillt und gebacken zergehen sie auf der Zunge. Unter „Lachsforellen“ versteht man übrigens Fische, deren Fleisch durch die Ernährung mit Bachflohkreben oder entsprechenden Futter eine rötliche Färbung angenommen hat.

Hecht



Lat.: *Esox lucius*, D.: Hecht, GB.: Pike, F.: Brochet, E.: Lucio, E.: Lucio
Nährwerte pro 100 g: kcal: 83 kJ: 344 Eiweiß: 18,4 g Fett: 0,85 g

Karpfen



Lat.: *Cyprinus carpio*, D.: Karpfen, GB.: Carp, F.: Carpe, It.: Carpa, E.: Carpa
Nährwerte pro 100 g: kcal: 115 kJ: 484 Eiweiß: 18 g Fett: 4,8 g

Hecht, Er verschlingt alles, was ihm zwischen die messerscharfen Zähne kommt – sogar die eigenen Artgenossen!
Für viele Freunde guter Fischgerichte ist der Hecht die Krönung des Geschmacks. Allerdings sind seine Kräten besonders fest im Fleisch verankert. Deshalb wird es häufig in Form von Filets und Fischfarce-Produkten wie „Hechtklößen“ angeboten.
Beim ganzen Fisch kann man das aromatische, aber leicht trockene Fleisch durch Dünsten oder beim Braten durch Spicken mit Speck saftig halten.
Hechte werden in fließenden Gewässern und Binnenseen in ganz Europa, Asien und Nordamerika gefangen. Die Einjährigen nennt man auch „Graslische“, ausgewachsene erreichen Männchen eine Länge von 1 m, Weibchen von 1,5 m und werden bis zu 25 kg schwer.
Tipp: Besonders zart sind Hechte im Alter von etwa zwei Jahren mit einem Gewicht um 2 kg.

Karpfen, Anspruchlos, robust und richtig lecker! Weltweit ist der Karpfen der wichtigste Fisch für Teichwirtschaften!
Karpfen gehört zu unseren traditionellen Weihnachts- und Silvester Festessen. Auf dem Markt ist er allerdings schon von Mitte September bis Mitte April. Danach ist Schonzeit für diesen delikaten Fisch. Er wird fast ausschließlich frisch, beziehungsweise lebend angeboten, damit sein wertvolles Fleisch nicht an Qualität verliert. Meist wird es „blau“ gegart oder im Ofen gebacken. Unser Tipp: Frisch geräucherter Karpfen mit Sahnesauce! Ursprünglich war der Karpfen des bayerischen Karpfens in den Süßgewässern von Südeuropa bis China heimisch. Heute ist er als Teichfisch fast weltweit verbreitet. Die bei uns angebotenen Karpfen stammen größtenteils aus deutschen Zuchten. Es handelt sich dabei überwiegend um Spiegelkarpfen mit wenigen, unregelmäßig verteilten, größeren Schuppen. Daneben gibt es noch Schuppenkarpfen, Zeilkarpfen und Narkkarpfen. Am besten schmecken Karpfen bei einer Größe von 30–40 cm und 1,2–2,5 kg Gewicht.



