

BUSINESS

LOUNGE

MENSCHEN MACHER MEINUNGEN

www.bizlounge.de



RICARDA M.
Teleshopping-Lady:
Sexy Secrets

AUTO BECKER
Der Optimist:
Aus und nicht vorbei

FRIEDER BURDA
Kunst-Mäzen
mit Herz

DR. HEITZER
First Player
im Kartellamt

JOHNNY HALLYDAY
Sein Mode-Hit:
Born on the Street

**DIE WIESMANN
BRÜDER**
Das Glück
der Tüchtigen



WIE EINSAM DARF EIN GENIE SEIN?

GIORGIO ARMANI
FOLLOW ME

VON SWAROVSKI FÜR 2 MILLIONEN
SCHNÄPPCHEN-YACHT
Mit Karma und Kristallen



COVER STORY

- 26 LEBEN FÜRS LABEL**
Giorgio Armani: Wie einsam darf ein Genie sein?



VIP LOUNGE

- 22 RICARDA M.**
Teleshopping-Lady
- 36 DR. HEITZER**
First Player im Kartellamt
- 50 DIE WIESMANN-BRÜDER**
Das Glück der Tüchtigen
- 68 STEFAN KRETSCHMAR**
Sein Punk ist Kult
- 76 HELMUT BECKER**
Es war einmal ein Autokönig

CLOSE UP

- 10 JAMIE OLIVER**
The naked Chef
- 16 JOHNNY HALLYDAY**
Born on the Street

- 42 FRIEDER BURDA**
Immobilien an der Wand

- 56 TSG 1899 HOFFENHEIM**
Ein faszinierendes Projekt

LUXURY

- 7 ABSOLUT NOBEL**
Die exklusivsten Lounges
- 14 PARTYTALK**
Drei große Köche kochten im Hugos
- 35 MÄNNERTRÄUME**
Die neueste Kosmetik
- 40 LUXUSKLASSE**
Gebrauchsgüter für jeden Tag
- 60 DESIGNHOTELS**
- 60 MIT KARMA UND KRISTALLEN**
Fiona Swarovski designt eine Yacht

KNOCKING ON *Heaven's* DOOR

*Teleshopping Lady Ricarda M.
Designed in Heaven – Made in Paradise ...*

VON CHRISTIANE MARKS

In großen weißen Lettern schwebt dieser Slogan in schwindelnder Höhe auf blauem Banner über dem 11. Stock des 115 Meter hohen Munich City Tower an der Landsberger Straße 110. Auf paradiesischen 552 Quadratmetern residiert hier Deutschlands Verkaufskönigin im Teleshopping, Ricarda M. Hofmann. Die leidenschaftliche Designerin gilt als die erfolgreichste Beauty- und Lifestyle-Expertin des deutschen Teleshopping. In kürzester Zeit schaffte sie es, ihre trendigen Must Have Kollektionen „Secrets of Beauty“, „Designer Fashion & Accessoires“, „Paradise Jewelry“, „Juwel De Luxe“, „Body Eve“ und „Royal Living“ bestsellermäßig zu platzieren. In diesem Jahr wird sie die heiß ersehnte Lingerie Kollektion „Sexy Secrets“ ihren gespannten Kundinnen vorstellen. Zu Spitzenzeiten bestellen bis zu 20 000 Zuschauer pro Sendestunde ihre Markenprodukte, bis zu 160 Stunden ist Ricarda M. jährlich live on Air. Ihre Karriere liest sich wie ein Traum, denn es gibt wohl kaum etwas in ihrem Leben, das diese

engagierte Powerfrau nicht erfolgreich für sich gelöst hat.

„Sesam öffne Dich“ – so erscheint es einem, wenn man die Gemächer von Ricarda M. betritt. Überall glitzert, strahlt und funkelt es, ihre großen Showrooms sind gefüllt mit prallen Schmuckschatteln ihrer eigenen Kollektionen, edlen Handtaschen, Düften und Cremes. Man sitzt auf prunkvollen, mit edlen venezianischen Stoffen überzogenen Ricarda M.-Möbeln und spürt regelrecht, wie einen der Hauch von „Royal Living“ streift...

Ricarda M. Hofmann darf stolz auf ihre „Glamourwelt“, auf ihr kleines Imperium sein, denn alles, was sie heute besitzt, hat sie sich aus eigener harter, disziplinierter Arbeit aufgebaut. „Ich bin nicht reich geboren“, sagt die stolze Frau, „ich musste mir meinen Erfolg erarbeiten.“ Und vielleicht ist es gerade das, was ihre Kundinnen so an ihr lieben, denn Ricarda M. ist kein anonymes Bildschirmgesicht, sondern eine Frau, der man glaubt, was sie sagt, zu der man Vertrauen entwickelt, jemand, mit dem man gern befreundet wäre...

Die gebürtige Schwäbin kommt in Ludwigsburg zur Welt, und weil ihre Eltern sehr reiselustige Menschen sind, lebt die Familie mal in Baden Württemberg, im Saarland und Frankfurt, bis sie sich dann in München niederlässt. Als heranwachsender Teenager ist Ricarda nicht sehr glücklich, denn schon damals hat sie Modelmaße, die aber keinen zu interessieren scheinen. „Im Gegenteil“, erzählt die selbstbewusste 178 cm große Frau heute, „ich wurde immer gehänselt und, weil ich zudem noch eine Brille trug, nannte man mich auch die lange Brillenschlange.“ Heute kann Ricarda M. über diese Geschichte lachen, denn die Gemeinheiten von damals sind längst vergessen. Sie strahlt: „Die Hänseleien von früher haben mich vielleicht auch ein wenig zu dem gemacht, was ich heute bin, denn immer wenn es damals ganz doll weh tat, habe ich mir leise gedacht: „Euch werde ich es noch zeigen...“

Sie hat es allen gezeigt! Schon als Lehrlin bei einem der edelsten Pelzfachgeschäfte Münchens macht sie sich einen Namen. Denn sie versteht es

DESIGNERIN

Ricarda M. findet die Anregungen zu ihren eleganten Wohn-Accessoires in großen Metropolen wie Mailand, Paris und New York





„Eine Frau braucht nicht viel um schön zu sein“, lautet die Devise von Ricarda M. Man sieht es an ihr: Viel mehr als das kleine Schwarze, ausgefallener Schmuck und der richtigen Handtasche bedarf es wirklich nicht



»Ich bin nicht reich geboren. Ich musste mir meinen Erfolg erarbeiten«

als einzige, den Damen der Gesellschaft so ganz nebenbei einen Zobel für damals 100.000 Mark zu verkaufen – die Ladys bezahlen, ohne mit der Wimper zu zucken. Die Liebe zum Verkaufen, das Gespür für Menschen, das Auge für schöne Dinge und das Gefühl für Trends ist ihr in die Wiege gelegt worden. „Ich denke, es sind die Gene meines Vaters“, erzählt Ricarda M. und kommt dabei ins Schwärmen. „Mein Vater arbeitete früher bei Helena Rubinstein und war später Verkaufsdirektor bei Fabergé. Ihm habe ich den so genannten Hofmannstropfen zu verdanken. Er brachte mir den Tropfen Leidenschaft, Menschenkenntnis und Know How bei, den man braucht, um diesen Job machen zu können.“

In weltweit renommierten Kosmetik-Unternehmen wie Elisabeth Arden, Parfum & Collection, Guerlain und Fabergé holt sich Ricarda M. Hofmann den letzten Schliff, durchläuft alle Stationen, um sich als Beauty-Expertin einen Namen zu verschaffen. Im Marketingbereich entwickelt sie neueste PR-Strategien, Großpromotion laufen unter ihrer Regie, als Verkaufs- und Schulungsleiterin gibt sie ihr Wissen an ihre Kollegen weiter. Motiviert durch den Wunsch ihren Kunden auf direktem Weg hochwertige Lifestyle-Produkte zu attraktiven Preisen anbieten zu können, gründet Ricarda M. 1998 ihre eigene Firma. Sie entwickelt mit ihrem Bruder die Nagelpflegeserie „Ruby Crystal“ und landet damit einen bombastischen Erfolg im Teleshopping-Sender HSE24. Ricarda M. Hofmann bekommt mehr Sendezeit, es entsteht das Label Ricarda M. und es folgen viele erfolgreiche Jahre bei HSE24. Mit ihrem sicheren Gespür für internationale Trends und ihrem unnachahmlichen Charme, Menschen für sich zu gewinnen, avanciert Ricarda M. zur Kultfigur und Beauty-Queen des deutschen Teleshopping.

Im Januar 2004 stirbt Ricardas Vater an Leukämie. Der Schmerz über den Verlust des geliebten Vaters wiegt schwer,

Ricarda spürt die schwindende Kraft. Für einen Moment gerät die große, schöne und selbstbewusste Frau ins Taumeln, sie droht den Halt zu verlieren. Doch dann geschieht etwas, das eigentlich nur „Made in Paradise“ sein kann, sie trifft auf die große Liebe ihres Lebens, ihren heutigen Ehemann Marcello. „Meinen Mann hat mir mein Vater geschickt, davon bin ich überzeugt“, sagt Ricarda M. und schaut ihrem Mann dabei ganz tief in die Augen. „Kurz bevor mein Vater starb, hatte ich noch ein sehr intensives Gespräch mit ihm und er schimpfte ein wenig mit mir, dass ich zu viel arbeiten würde und dass ich auch krank werde, wenn ich so weiter mache: ‚Du brauchst einen Mann‘, meinte er. Und dann sagte er noch: ‚Jetzt werde ich mich einmal darum kümmern.‘ Kurz danach stirbt Perry E. Hofmann, es ist der 14. Januar 2004. Drei Tage später tele-

die am 30. Dezember 2004 mit einer pompösen Hochzeit im Bayerischen Hof in München gekrönt wird. Zu Ehren der Familie nimmt Marcello den Nachnamen seiner Frau an und lässt sein „Mäuschen“, wie er sie liebevoll nennt, seitdem nicht mehr allein. „Es war wirklich Liebe auf den ersten Blick“, schwärmt er. Heute berät Marcello Hofmann seine Frau in allen geschäftlichen Dingen und managt mit ihr gemeinsam die Firma Ricarda M. Designer World.

Seit 2006 gibt es die perfekte Fusion zwischen Deutschlands erfolgreichstem Teleshopping-Sender QVC und Ricarda M. Rund 16 bis 20 Stunden geht Ricarda M. monatlich über den Bildschirm, pro Sendung stellt sie im Schnitt zwischen 12 und 14 neue Produkte ihrer Kollektion vor. Allein im Jahr 2007 waren es 560 neue Artikel, die von Ricarda M. persönlich entwickelt, entworfen und



Die Designerin und ihr Ehemann Marcello Hofmann sind nicht nur privat unzertrennlich

fiziert Ricarda das erste Mal mit Marcello Barkowski...

Innerhalb eines halben Jahres entwickelt sich aus dem Telefongespräch, in dem sich der ehemalige „Mister Germany 2000“ und „Vize Mister World“ eigentlich als Moderator bei Ricarda M. bewerben wollte, eine Liebesbeziehung,

einem Millionenpublikum vorgestellt wurden. Und ganz nebenbei erwähnt sie, dass die gesamte Kollektion 2009 auch schon fix und fertig auf dem Tisch liegt. Es ist kaum vorstellbar, welche Power und Ausdauer diese Frau hat. Da können eigentlich nur paradiesische Kräfte mit im Spiel sein