

Der Rockstar tourt ohne Gitarre

Peter Maffay und dm vereinbaren Kooperation

Von unserem Redaktionsmitglied
Tobias Roth

Karlsruhe. Peter Maffay ist auf Tour. Die Gitarre hat der Rockstar diesmal aber nicht dabei. Und statt durch Konzerthallen und Stadien, führt ihn der Weg dabei durch Konferenzräume und Managerbüros. Einer der erfolgreichsten deutschen Musiker putzt dieser Tage Klinken für die gute Sache, wie es Maffay in seiner grundehrlichen Art selbst formuliert. Für seine Peter-Maffay-Stiftung, die sich um traumatisierte Kinder kümmert, sucht er Partner und ist bei der Karlsruher Drogeriemarktkette dm auf offene Ohren gestoßen. Gestern unterzeichneten Maffay und dm-Chef Erich Harsch einen Kooperationsvertrag. In den nächsten Monaten werden der Musiker und das Unternehmen gemeinsam ausloten, welche Projekte sie konkret angehen. Unter anderem wird dm die Maffay-Stiftung mit einer „nennenswerten sechsstelligen Summe“ unterstützen, wie Harsch erklärte.

Die Stiftung unterhält drei Häuser auf Mallorca, in Jägersberg bei München und in Maffays Heimat Rumänien, in denen traumatisierte Kinder therapeutische Ferien verbringen. „Wir sind keine reiche Stiftung, die sich ihre Mittel durch die Verzinsung des Kapitals beschafft“, erklärte Maffay, deshalb sei die Kooperation mit Partnern aus der Wirtschaft existenziell. Die Zusammenarbeit mit dm verschaffe ihm „Planungssicherheit“. Den jährlichen Finanzbedarf für die drei Stiftungs-Häuser bezifferte er auf etwa eine Million Euro. Bei dm verspricht man sich von der Kooperation

wiederum, mit Maffay das eigene Netzwerk auszubauen, das nachhaltige Projekte fördert und soziale sowie ökologische Themen aufgreift. „Prominente Unterstützer bringen uns auf diesem Weg weiter“, sagte Harsch und ergänzte: „Wichtig für uns ist, mit Menschen zusammenzuarbeiten, die das Thema mit voller Authentizität vertreten. Davon gibt es nicht so viele.“ Bei Kooperationen mit Prominenten werde das Unternehmen nicht über „eine sehr beschränkte Anzahl“ hinausgehen.

Die Drogeriemarktkette, die europaweit über 2 500 Filialen betreibt und mehr als 39 000 Mitarbeiter beschäftigt, ist in diesem Jahr für das Projekt „Ideen Initiative Zukunft“ mit dem deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet worden. Gemeinsam mit der deutschen Unesco-Kommission stellte man über 4 500 Projekte auf die Beine, die dm mit mehr als 1,5 Millionen Euro förderte. Vor allem

„Prominente Unterstützer
bringen uns auf diesem Weg weiter“

das Projekt „Singende Kindergärten“ fand dabei das besondere Interesse von Rockstar Maffay. Bereits seit zwei Jahren unterstützt die Initiative die musikalische Entwicklung von Kindern. „Eine großartige Sache“, findet Maffay, „die Sprache der Musik funktioniert viel besser als jede andere.“ Er könne sich durchaus vorstellen, dm bei dieser Arbeit in den Kindergärten zu unterstützen. Dass der Konzern in Sachen soziales Engagement „ein starker Partner“ sei, hat Maffay nicht erst seit der Verleihung des Nachhaltigkeitspreises festgestellt. Der Ruf von dm als Großkonzern, der im abgelaufenen Geschäftsjahr mehr als sechs Milliarden Euro umsetzte, nicht nur auf die Bilanz zu schielen, sei bekannt. „1,2 Millionen



GEFRAGTER MUSIKSTAR: Peter Maffay unterzeichnete in Karlsruhe eine Kooperationsvereinbarung mit dm-Chef Erich Harsch. In ihrem sozialen Engagement wollen Maffay und dm künftig gemeinsame Wege gehen. Foto: Fabry

Menschen kommen jeden Tag zu dm und wir sehen es als unsere Verpflichtung, mehr zu tun, als nur Zahnpasta zu verkaufen“, beschreibt Geschäftsführer Harsch die Philosophie.

Dass Maffay, der in seinem Leben mehr als 40 Millionen Platten verkauft hat und jedes seiner Alben in die Top Ten brachte, sich

längst nicht mehr nur auf sein Leben als Musiker konzentriert, sondern seinen Bekanntheitsgrad vor allem für soziale Projekte nutzt, entspricht damit auch der Linie von dm.

Karlsruhe ist dabei für den Tabaluga-Vater freilich nur eine von mehreren Stationen. Dass er dabei mitunter in Terminnot gerät, ist nach-

vollziehbar, dem Musikstar aber zugleich unangenehm. Für eine 15-minütige Verspätung entschuldigt er sich ausdrücklich.

Die Tour ohne Gitarre ist ähnlich anstrengend wie ein Rockstarleben – und mittendrin meldet sich auch noch sein Handy, als Klingelton hat Maffay Hundegebell.

Frankfurt/Main (dpa). Knappe Rohstoffe, teure Energie, unsichere Währungen – die Risiken für Unternehmer sind vielfältig, doch einer Umfrage zufolge stellen sich viele Mittelständler in Deutschland nur unzureichend darauf ein.

Eine repräsentative Erhebung der Deutschen Bank kommt zu dem Schluss, dass für mittelständische Unternehmen das Steuern von Risiken im Vergleich zum Jahr 2009 aktuell an Stellenwert eingebüßt hat, obwohl

„Mittelstand ohne Risikomanagement“

die Märkte sich keineswegs beruhigt haben. Aktuell verfügt der Umfrage zufolge nur jedes zweite mittelständische Unternehmen (57 Prozent) über ein Risikomanagement.

Nur rund zwei Drittel messen dem Risikomanagement einen hohen oder sehr hohen

Stellenwert bei (68 Prozent). Im Vergleich zum Jahr 2009 ist das nach Angaben der Deutschen Bank ein Rückgang um 14 Prozentpunkte.

Für die Umfrage wurden Interviews mit Finanzentscheidern von 400 Unternehmen geführt: 200 mit einem Jahresumsatz von einer Million bis 25 Millionen Euro und 200 Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als 25 Millionen Euro, teilte die Deutsche Bank weiter mit.

Teure Spülmaschinen-Tabs

Das Bundeskartellamt verhängt Bußgelder in Millionenhöhe

Von unserem Mitarbeiter
Erich Reimann

Bonn. Millionen Verbraucher haben nach Ermittlungen des Bundeskartellamtes jahrelang überhöhte Preise für Spülmaschinen-Tabs und Allzweckreiniger bezahlt. Die Markenartikler Henkel und Reckitt Benckiser hätten zwischen 2005 und 2007 Preiserhöhungen für die Marken Calgonit, Somat, Vanish

Angaben der Wettbewerbsbehörde jahrelang die Höhe und den Zeitpunkt von Preiserhöhungen abgesprochen. Zweimal – 2005 und 2007 – erhöhten die Unternehmen so ihre Listenpreise um fünf bis acht Prozent. 2006 gelang es den Unternehmen sogar, die Preise um 13 Prozent in die Höhe zu treiben – durch eine abgestimmte Reduzierung der Packungsgrößen für einfache Spülmaschinen-Tabs ohne entsprechende Preisanpassung. Auch von der Markteinführung von Produktneubau-