

Museumsreife Spenden-Helme

MUT ZUR KULTUR Erfolgreich gesammelt

„Ich nehme die Artefakte eines Zeitereignisses, das noch andauert, dankend an“, sagte Michael Euler-Schmidt, kommissarischer Direktor des Stadtmuseums, als ihm am Mittwoch neue Sammlungsstücke übergeben wurden. Mitglieder der Initiative „Mut zur Kultur“, die sich bis zum 17. März an der Unterschriftenaktion für das Bürgerbegehren zum Erhalt des Kölner Schauspielhauses beteiligt hatten, überreichten ihm zwei Exemplare der Bauhelme, die sie getragen hatten, um Passanten auf sich aufmerksam zu machen. Auf den Helmen sind Schilder mit der Aufschrift montiert: „Kölner: Rettet das Schauspielhaus. Unterschriften hier.“

Außerdem übergab der Sprecher der Initiative, Jörg Jung, dem Haus als Spende ein Exemplar der Edition „Ihr seid Künstler und wir nicht“ des Kölner Aktions- und Konzeptkünstlers Merlin Bauer; sie besteht aus einem langen „Mottoschal“ und einer Fotografie.

„Die Helme sind ein Symbol für den Willen der Kölner Bürger, an der Stadtgeschichte teil-

zunehmen“, sagte Jung. Das hätten Verwaltung und Politik „vergessen zu erkennen“. Die Bürgerinitiative, die mehr als 50 000 Unterschriften vorlegen konnte, hatte bekanntlich Erfolg. Im April schloss sich eine Mehrheit im Stadtrat dem Bürgerbegehren an, das sich gegen den Neubau und für eine Sanierung des denkmalgeschützten Bauwerks einsetzte. Damit war der Ratsbeschluss vom Dezember 2009 zum Abriss des Gebäudes hinfällig.

Objekt der Zeitgeschichte

Euler-Schmidt sagte, er werde sich dafür einsetzen, dass die Helme und andere Exponate, die an die Aktion erinnern, zeitweilig in einer Vitrine im Foyer gezeigt werden, statt auf unabsehbare Zeit im Depot zu verschwinden. Überdies plädierte er dafür, dass als „wichtiges Objekt der Zeitgeschichte“ auch der Karnevalswagen „Schauspielhaus 2010“ ins Stadtmuseum komme. Bleibe die Frage zu klären: „Wie denkt das Festkomitee Kölner Karneval von 1823 darüber?“ (cs)

www.ihr-seid-kuenstler.de



Jörg Jung (l.) überreichte Michael Euler-Schmidt unter anderem einen Schal mit der Aufschrift „Ihr seid Künstler und wir nicht“. BILD: BAUSE

In der Schule auch Fairness lernen

WETTBEWERB

Eishockey-Liga und Malteser belohnen Ideen für gute Zusammenarbeit

Eine Kleidersammlung für junge Prostituierte im Hamburger Bahnhofsviertel, ein Filmprojekt zum Thema Mobbing und eine selbst inszenierte Führung durch den Hamburger Dom: mit diesen

„Erfolg hat man nur, wenn man sich im Klassenumfeld wohlfühlt

Christoph Ullmann

Projekten hat sich die Hamburger Domschule beim bundesweiten Wettbewerb „Fit in Fair Play“ durchgesetzt und neben Trophäen einen Scheck in Höhe von 5000 Euro erhalten. Die Aktion hatte die Deutsche Eishockey-Liga (DEL) gemeinsam mit dem Malteser Hilfsdienst ins Leben gerufen. Am Mittwoch wurden in Köln die Preise vergeben. Die Preise für die Plätze zwei und drei gingen an die Ge-

samtschule Hennef und ein Sonderpädagogisches Förderzentrum nahe Nürnberg. Als einzige Kölner Schule hatte sich das Apostelgymnasium an dem Projekt beteiligt.

Schulen, die bei der Aktion mitmachen, sollen ein Zeichen gegen Mobbing und Gewalt setzen. „Erfolg hat man nur, wenn man sich im Klassenumfeld wohl fühlt. Das ist in einer Eishockeymannschaft ähnlich“, sagte Eishockey-Nationalspieler Christoph Ullmann bei der Preisverleihung in den Räumen der Kölner Anwaltskanzlei Osborne Clarke.

Die Projekte an den Schulen wurden unter anderem von den Schauspielern Thomas Sonnenberg (Die Ausreißer/RTL) und Dirk Henrichs unterstützt. Schauspielerin Marie-Luise Marjan (Lindenstraße) überreichte den Siegerpokal, moderiert wurde die kleine Gala von Gülcan Kamps. Auch zahlreiche Eishockeyklubs der DEL hatten im Verlauf des Wettbewerbs Schulen besucht, einige US-Spieler hatten dabei kurzerhand den Englischunterricht übernommen. Nach den Sommerferien soll das Projekt fortgesetzt werden. (tho)

MACHER UND MÄRKTE

GESAMMELT VON KATRIN DIENER

Telefon 0221/224-2872

E-Mail: katrin.diener@mds.de



Sie setzen sich gegen 18 Mitbewerber um den Unternehmerpreis durch: Astrid Schmitz und Andree Schulz, Geschäftsführer der Wurstwarenfirma GS Schmitz. BILD: RAKOCZY

Preis für Wurstfirma

WIRTSCHAFTSCLUB Es sei ein „Foto-Finish“ gewesen, sagte Christian Kerner, der geschäftsführende Vorsitzende des Wirtschaftsclubs Köln. Nur jeweils ein Punkt trennte am Ende die besten drei Bewerber um den Kölner Unternehmerpreis, den der Club jetzt zum dritten Mal verliehen hat: Der Wurstwarenhersteller GS Schmitz setzte sich ganz knapp gegen die Subreport Verlag Schawe GmbH und die Insignia IT Engineering GmbH durch.

Das fast 100 Jahre alte Familienunternehmen Schmitz aus Merkenich habe die Jury unter anderem durch Qualität und „die kreative Vermarktung“ seiner Produkte, durch das klare Bekenntnis zum Standort Köln, den

Erhalt und die Schaffung qualifizierter Arbeitsplätze, den verantwortungsvollen Umgang mit Rohstoffen und sein soziales Engagement etwa für die „Kölner Tafel“ überzeugt, betonte Dirk Heisterkamp, Marketing-Leiter beim Vorjahres-Preisträger, der Brauerei Früh. „Es ist ein schönes Gefühl, dass man noch Leberwurst und Flönz aus Köln kaufen kann“, sagte Heisterkamp schmunzelnd.

„Das ist ein wunderbares Dankeschön“, freute sich Astrid Schmitz, Geschäftsführerin des Unternehmens, das 200 Mitarbeiter beschäftigt. Insgesamt hatten sich 19 Firmen um den Unternehmerpreis beworben.

Oberbürgermeister Jürgen Roters lobte vor rund 100 Gästen im

Dom-Hotel die Initiative des Wirtschaftsclubs und das Engagement der Firmen. Im Wettbewerb der Metropolen seien „gute Ideen, kluge Köpfe und innovative Unternehmen“ nötig, um den Wirtschaftsstandort Köln zu stärken. Das Image der Stadt habe in den letzten Jahren gelitten, so Roters. Umso wichtiger sei es, wenn sich Firmen zu Köln bekennen würden. Marc E. Kurtenbach, Vorsitzender des Wirtschaftsclubs, nutzte die Gelegenheit zu einem Appell für „mehr Unternehmergeist und Entscheidungsfreude“ in der Stadt. Köln müsse „raus aus der rheinischen Gemütslosigkeit“ und sich mit Metropolen wie London, Paris oder Istanbul messen.

MATTHIAS PESCH

MAILBOX

Das Kölner Unternehmen Schmidt & Meldau hat zur einjährigen kostenlosen Nutzung ein Montagefahrzeug gewonnen, das die DOM Sicherheitstechnik GmbH ihren Geschäftspartnern als Dank zur Verfügung stellt. Die Brühler Firma gehört zu den weltweit führenden Anbietern von Schließtechnik und elektronischen Zutrittssystemen. Mit dem Kölner Händler war sie gemeinsam schon an zahlreichen Projekten in der Stadt beteiligt. So hat Schmidt & Meldau die Krankenhäuser 1 und 2 im Rheinauhafen, das St.-Franziskus-Hospital in Ehrenfeld sowie den HDI-Gerling-Neubau im Gereonshof mit DOM-Produkten ausgestattet. (cs)

Gut 800 Quadratmeter Bürofläche hat ein Kölner Management-Unternehmen, das Anlagegüter verwaltet, im Rhein-Triadem angemietet. Vermittelt hat das Geschäft das Unternehmen BNP Parisbas Real Estate, das im Jahr 2009 schon den Verkauf des Gebäudeensembles von der Hansainvest an die Vivico begleitet hatte. Zum Baukomplex am Konrad-Adenauer-Ufer im Kunibertsviertel gehören das Rhein-Palais und das Rhein-Atrium, die eine Mietfläche von zusammen rund 15 000 Quadratmetern umfassen. Das Management-Unternehmen bezieht seine neuen Flächen im Rhein-Palais voraussichtlich im August dieses Jahres. (cs)



Im Autohaus Kierdorf hängt ein riesiger WM-Planer, dort haben Adriana, Debbie und Irma schon ihren Tipp abgegeben. BILD: ARTON KRASNIQI

Riesen-WM-Planer

SPIEL-TIPP Wenn zum Auftakt der Fußball-WM in der Gruppe A die mexikanische Mannschaft die „Equipe Tricolore“ aus Frankreich mit 3:2 schlägt, kann sich der Ehrenfelder Bezirksbürgermeister Josef Wirges freuen. Denn das Ergebnis würde dem Tipp entsprechen, den er jetzt auf einem riesigen WM-Planer eingetragen hat. Der hat die Maße 26 mal 2,5 Meter und hängt an der Hauswand, die an einer Seite den Kundenparkplatz von Ford Kierdorf an der Oskar-Jäger-Straße begrenzt. Zusammen mit Mathias

Hollander, dem Geschäftsführer des Vertragshändlers mit 70 Beschäftigten, Axel Wilke, Marketingdirektor der Ford-Werke GmbH, und André Kuperus, Vertriebs- und Marketingleiter der Ford Bank, stand er auf einer Hebebühne und gab gemeinsam mit den anderen Beteiligten seine Prognosen ab. Die Aktion, die Ford Kierdorf zusammen mit den „Fussi-Freunden Köln“ veranstaltete, war Teil eines zweitägigen Fests zur Einführung des Ford S-Max und des Ford-Galaxy. (cs)

5 FRAGEN AN Guido Schmitt

Kölner Duft für den WM-Kick

Herr Schmitt, was muss man sich unter einem „Fußball-Parfüm“ vorstellen?

GUIDO SCHMITT: „Kick-Star“ erkennt man/frau sofort: Das Runde muss ins Eckige – runder Ball auf eckiger Schachtel. Der sportliche Duft ist international und verbindend, alle an der WM teilnehmenden Mannschaften sind auf der Schachtel vertreten. Der Flakon ist wie eine Trophäe gestaltet und exklusiv bei Douglas erhältlich.

Ist es auch ein besonders „runder“ Duft?

SCHMITT: Ja, absolut! Er ist markant holzig und balsamisch mit frischen und aromatischen Ingredienzen. Er hält lange an und ist sehr anziehend und verbindend.

Hat er – was naheliegender wäre – eine besonders männliche Note?

SCHMITT: Der Duft hat ein klares Profil, aber er gefällt Damen wie Herren gleichermaßen.

Inwieweit ist das Thema „Südafrika“ in der Komposition enthalten? Gibt es zum Beispiel Ingredienzen, die nur auf diesem Kontinent zu finden sind?

SCHMITT: Wir haben viel Afrika hineingepackt, und zwar Farbigkeit, Dynamik, Verspieltheit und Authentizität. „Kick-Star“ ist der Duft für Millionen Fußballfans – echt, kraftvoll, fair. Nur die Vanille ist aus Madagaskar, die anderen Inhaltsstoffe aus Europa wie sizilianische Bergamotte, Rose, Zitrone, und Asien, Zimt, und Limette aus Amerika.

An welchem Körperteil kommt der Duft besonders gut zur Geltung? Vielleicht an der Wade?

SCHMITT: Das sollte jeder Kicker für sich entscheiden, aber wir plädieren für die klassische Anwendung am Körper und auf den Armen.

Das Gespräch führte Susanne Hengesbach

Zur Person



Guido Schmitt

Guido Schmitt ist Geschäftsführer des Unternehmens „Ars Parfum Creation & Consulting GmbH“, das anlässlich der

Fußball-WM den Duft „Kick-Star“ entwickelt hat. Im Rahmen dieses Konzepts wird der 49-Jährige am Donnerstag, 3. Juni, bei einer Benefiz-Veranstaltung im Schokoladenmuseum nach einem Auftritt von Wolfgang Niedecker der Organisation „Gemeinsam für Afrika“ einen 5000-Euro-Spendenscheck überreichen. Schmitt ist aktiver Fußballer und Sponsor einer Jugendmannschaft von Fortuna Köln, wo auch seine 15-jährige Tochter Benita spielt. (she)