

# Niveas starke Frau



Alle ihre Posten und Ehrenämter aufzuzählen würde die Rubrik füllen. Kurz: Manuela Rousseau ist Expertin für PR- und Fundraising-Management. Als erste „Kultur-Frau“ hat sie es geschafft, in die „Hall of Fame“ des Sponsorings einzuziehen – Lohn für ihren Einsatz und Erfolg (S. 7).

1955 als Tochter eines Lokführers in Neumünster geboren, kam sie der Liebe wegen nach Hamburg, übernahm für den Nivea-Konzern den Einkauf chemischer Duftstoffe, dann die Position der Pressesprecherin. Der leidenschaftliche Musik- und Theaterfan begann sich innerhalb und außerhalb des Betriebs zu engagieren, gehörte zum Vorstand „Rettet die Nikolai-Kirche“, übernahm 1992 ei-

ne Dozentur für Kulturmanagement, ist jetzt Professorin und Konzernsprecherin.

Die Top-Business-Frau ist Trägerin der Verdienstmedaille der Bundesrepublik,

arbeitet rund um die

Uhr, findet aber, als sei es ganz selbstverständlich, noch die Zeit, für sich und ihren Mann Hans-Jürgen den Lieblingskuchen mit Schokolade-Splittern zu backen.

Zum 15. Hochzeitstag hat sich Rousseau eine Schlittenfahrt in den Tiroler Bergen gewünscht und das Skifahren wieder probiert – obwohl eigentlich der Gatte als harter St.-Pauli-Fan für Sport zuständig ist. „Ich bewundere ihn dafür, dass er es mit einer Erfolgsfrau aushält“, meint sie und lächelt: „Hinter jeder starken Frau steht ein starker Mann.“ (-itz)

# Kultur-Frau schlägt die Sport-Herren um Längen

HAMBURG – „Das ist ein guter Tag für die Kultur – und für Hamburg.“ Manuela Rousseau denkt an sich selbst zuletzt. Obwohl die Beiersdorf-Konzernsprecherin und Expertin für PR- und Fundraising-Management gestern einen persönlichen Erfolg für sich verbuchen konnte: Die 52-Jährige wurde bei der Verleihung der 15. Internationalen Sponsoring Awards vom Fachverband Sponsoring (FASPO) für Einsatz und Erfolge im Kultursponsoring ausgezeichnet und in die „Hall of Fame“ aufgenommen – wie Franz Beckenbauer.

Kultursenatorin Karin von Welck gratulierte ihr und betonte in der Laudatio: „Immer braucht es Persönlichkeiten, die überzeugt sind, dass Kultur wichtig für ein Unternehmen ist, und die über Position, Kompetenz und Leidenschaft verfügen, dieser Bedeutung nach innen und außen eine gewichtige Stimme zu verleihen.“

Fraglos verfügt die anerkannte Fachbuch-Autorin und ehrenamtliche Professorin am Institut für Kultur- und Medien-Management an der Hochschule für Musik und Theater wohl noch über mehr Fähigkeiten. Die passionierte Netzwerkerin hat 1992 im Nivea-Konzern „Kultur im Betrieb“ und das Kultur-Abo „Lust auf Kultur“ für

Mitarbeiter eingeführt, betreibt seit 1999 aktiv Kultursponsoring und betreut neuer-

dings für Hamburg das „MUSE“-Programm der Yehudi-Menuhin-Stiftung Deutschland. „31 Grundschulklassen erhalten einmal wöchentlich Besuch von bildenden Künstlern, Musikern oder Schauspielern“, erklärt Rousseau. Damit nicht genug: „Ich baue gerade unsere neue Abteilung Corporate Social Responsibility auf, wo wir uns intensiv den Themenbereichen Kultur – Bildung – Werte widmen.“ Kein Wunder, dass Manuela Rousseau mit ihrer Energie und Einfallskraft so manche Sportskanone überholt und hinter sich lässt. Erstmals zog eine „Kulturfrau“ in die „Hall of Fame“ des Sponsoring ein. (-itz)

# FASPO ehrt Manuela Rousseau und vergibt sechs Awards



M. Rousseau, Beiersdorf, und FASPO-Präsident Bernd Reichstein

Im Rahmen der Präsentation der 'Sponsor Visions 2008' veranstaltete der **Fachverband für Sponsoring (FASPO)** wieder ein Sponsoring-Symposium. In diesem Jahr gab **Christoph Neuhäus**, Gesamtprojektkoordination öffentliche Hand UEFA EURO 2008 (Bundesamt für Sport (BASPO), Schweiz) mit Fachkenntnis und einem Schuss Selbstironie einen Überblick über die Planungen zur Fußball-EM in der Schweiz. Es folgte **Annemarie Meyer** von der Großbank **UBS**, die über das Public Viewing-Konzept des Nationalen EM-Förderers berichtete. Insgesamt sind 16 'UBS Arenen' außerhalb der so genannten Host Cities geplant. UBS habe zwar keine Vergangenheit im Fußball, aber eine im Bereich Großevents, so Annemarie Meyer. Sie wies darauf hin, dass sich auch deutsche Firmen noch in das Projekt einklinken können, um sich an den verschiedenen Veranstaltungsorten zu präsentieren.

Im Anschluss wurde der Blick der Teilnehmer auf ein weiteres Großevent in diesem Jahr gelenkt: An der Podiumsdiskussion 'Olympische Spiele 2008' nahmen **Axel Achten** (Deutsche Sportmarketing GmbH), **Irene Thomas** (Finanzgruppe Deutscher Sparkassen- und Giroverband) und **Michael Ashelm**, ('FAZ' Sportressort) sowie als Moderator **Dr. Dieter Mussler** (Mussler & Felten) teil. Es wurde nicht nur über den Nutzen der Olympia-Werte für die eigene Image-Pflege gesprochen, sondern auch über die Auswirkungen von Doping und Menschenrechtsverletzungen auf die Spiele. In diesem Zusammenhang wurde auf die Verantwortung der Sponsoren verwiesen, die ebenfalls ihren Beitrag zur Doping-Bekämpfung leisten sollten.

## Hall of Fame des Sponsoring

Im Anschluss an das Symposium verkündete der FASPO die Aufnahme von **Prof. Manuela Rousseau** in die 'Hall of Fame des Sponsoring'. Die Leiterin Corporate Social Responsibility der Beiersdorf AG ist die erste Frau, der diese Ehre zuteil wird. Bis dato gehörten nur männliche Sponsoring-Protagonisten wie z.B. Franz Beckenbauer, Günter Mast oder Horst Dassler dazu.

Besonders die Vielfalt der Aktivitäten, mit denen Manuela

Rousseau neue Impulse im Kultursponsoring setzt, beeindruckte die Jury: Neben ihrer Tätigkeit bei Beiersdorf ist sie Mitglied im Kulturausschuss der Handelskammer Hamburg und im Vorstand des Arbeitskreises Kultursponsoring des BDI. Seit 1992 lehrt sie als Professorin für Fundraising und PR am Hamburger Institut für Kultur und Medienmanagement. In ihrer Laudatio erklärt Hamburgs Kultursenatorin **Prof. Dr. Karin von Welck**: „Immer braucht es Persönlichkeiten, die überzeugt sind, dass Kultur wichtig für ein Unternehmen ist und die Position, die Kompetenz und die Leidenschaft haben, dieser Bedeutung nach Innen und Außen eine gewichtige Stimme zu verschaffen.“

## Internationaler Sponsoring Award

Im Anschluss an die Ehrung von Manuela Rousseau verlieh der FASPO den 15. Internationalen Sponsoring Award. Im Bereich Sport siegte **T-Systems**. Die Geschäftskundentochter der Deutschen Telekom wurde für ihr Engagement beim südafrikanischen America's Cup-Team Shosholoza mit einem Award belohnt – ein Teil ihrer Drei-Säulen-Strategie im Segelsport. Jeweils eine Auszeichnung erhielten die WestLB und die Agentur Felten & Compagnie für das 'WestLB Eishockey Sponsorship' sowie Colgate Palmolive und Act Agency für den 'Gard Kitesurf World Cup'.

Im Bereich Public Sponsoring räumte **BASF** mit seiner Agentur **Mussler & Felten** ab. Der Preis wurde für das Projekt 'You are the Champions' verliehen, das ehrenamtliche Helfer im Breitensport im Rahmen eines Großevents feierte.

Die Kategorie Mediensponsoring ging in diesem Jahr leer aus. Aber immerhin konnte Audi als Hauptsponsor des Portals Mygolf.de (Deutsche Golf Online GmbH) eine Auszeichnung aufgrund dieses „zeitgemäßen Mediensponsorings“ entgegennehmen.

Der **Hamburger Sportverein (HSV)** und das Unternehmen **Phonak** bekamen jeweils einen Award in der Kategorie 'Innovative Konzepte' überreicht. Die HSV-Initiative 'Hamburger Weg' überzeugte die Jury als „gelungener Brückenschlag zwischen Sport und einem sozialem Thema, sowie als Beispiel für gutes Standortmarketing“. Das globale Projekt 'Hear the World' von Phonak mit so berühmten Testimonials wie Plácido Domingo zeigt, dass der Hörsinn ein kostbares Gut ist, das unbedingt geschützt werden muss. Es fördert aber nicht nur das Bewusstsein für die Themen Hören, sondern klärt auch über die sozialen und emotionalen Konsequenzen eines Hörverlustes auf.

Ebenfalls zwei Awards wurden in der Kategorie Kultursponsoring vergeben. Hier bekamen **BMW**, die **Bayerische Staatsoper** und die Agentur **actori** einen Award für das Projekt 'Oper für alle' überreicht. Neben dem beispielhaften Veranstaltungskonzept hob die Jury auch das hochprofessionelle Sponsoringmodell der Bayerischen Staatsoper hervor. Über die zweite ISATrophäe freuten sich **Reemtsma** und seine Agentur **Scholz & Friends**. Mit dem Projekt 'Cabinet-Preis' fördert der Zigarettenhersteller die Leipziger Lachmesse e.V. und die ostdeutsche Kleinkunst – und das bereits seit 1995. Zur Abrundung der Verleihung erhielten die Gäste gleich im Anschluss eine Kostprobe aus dem Programm. (yw)



Manuela Rousseau (Foto: FASPO)

Hall of Fame Sponsoring 2008

# Wirtschaft, Mensch und Kultur

Der deutsch-schweizerische Sponsoringverband FASPO zeichnet im Januar 2008 Professor Manuela Rousseau mit der Aufnahme in die Hall of Fame Sponsoring aus. Mit der Hall of Fame werden jährlich Persönlichkeiten geehrt, die sich um das Sponsoring verdient gemacht haben.

Seit über 20 Jahren engagiert sich Professor Rousseau für den Dialog von Wirtschaftsunternehmen und kulturellen Einrichtungen. Im Rahmen ihrer Lehrtätigkeit vermittelt sie jungen Menschen das Wissen um die Mög-

lichkeiten, die kulturorientiertes Handeln Unternehmen und Kulturinstitutionen bietet. Ihre langjährige berufliche Tätigkeit in Führungspositionen der Hamburger Beiersdorf AG ist ebenfalls geprägt vom kommunikativen Dreiklang zwischen Wirtschaft, Mensch und Kultur.

Rousseau hat unter anderem die Kooperation zwischen Nivea und der DLRG maßgeblich gestaltet, die Förderung der Initiative MUS-E durch Beiersdorf begründet, mit der Schüler in sozialen Brennpunkten Zugang zu Kunst und

Kultur erhalten und die Aktion Kultur im Betrieb in ihrem Unternehmen initiiert.

Rousseau engagiert sich zudem in mehreren Verbänden und Arbeitskreisen. Sie ist langjähriges Mitglied und seit 2003 im Vorstand des Arbeitskreises Kultursponsoring (AKS) des BDI und im Sponsoring-Fachausschuss des Markenartikelverbandes OWM. Seit 2003 ist Rousseau auch im Beirat des Fachverbandes für Sponsoring FASPO und Mitglied der Jury des vom FASPO vergebenen Internationalen Sponsoring Awards.

----- INFO: [www.faspo.de](http://www.faspo.de)

Kultursenatorin würdigte Persönlichkeit mit der Aufnahme in die "Hall of Fame" des Sponsorings

## Ehrung für Manuela Rousseau

### Hamburg/Rellingen

Der Andrang war groß und die Medien reichlich vertreten. Im Hotel Gastwerk in Hamburg-Bahrenfeld fand die Verleihung der 15. Internationalen Sponsoring Awards statt. Geehrt wurden die besten Sponsoring-Projekte des Jahres 2007 aus Deutschland, Österreich und der Schweiz in Sport-, Kultur-, Medien- und Public-Sponsoring sowie die Würdigung einer bedeutenden Persönlichkeit in die "Hall of Fame" des Sponsorings.

Bevor nun die Preise in den verschiedenen Themenbereichen verliehen wurden, gab es die aktuelle Würdigung einer "bedeutenden Persönlichkeit" der Sponsoringbranche mit der Aufnahme in die "Hall of Fame"

des Sponsorings. Ihr gehören so bekannte Persönlichkeiten an wie Franz Beckenbauer und Robert Schwan, die diesen Award für Testimonialwerbung im Sport bekamen oder Professor Dr. Manfred Bruhn, der sich mit den wissenschaftlichen Grundlagen des Sponsorings auseinandersetzte, um nur zwei Beispiele zu nennen. In diesem Jahr aber ging die Ehrung erstmalig an eine Frau, erstmalig auch an eine Schleswig-Holsteinerin (der Preis wird in Hamburg verliehen und geht für gewöhnlich an Hamburger) und erstmalig auch an eine Persönlichkeit, die sich in besonderer Weise mit dem Thema Kultur auseinandersetzt: an Professor Manuela Rousseau aus Rellingen. ▶



*Manuela Rousseau: "Ich freue mich, dass mit der Würdigung meiner Person nun auch das Kultursponsoring eine Anerkennung neben dem TV-starken Sportsponsoring findet!"*

Die Laudatio hielt keine Geringere als Professor Dr. Karin von Welck, Hamburgs Kultursenatorin, die ihre Rede mit den Worten begann: "In meiner Funktion als Kultursenatorin habe ich in den vergangenen Jahren bei unterschiedlichen Anlässen Preisträger gewürdigt, oftmals Hamburger Kulturschaffende, manchmal auch Menschen aus der Wirtschaft oder Politik. Dennoch kann ich aus ganzem Herzen behaupten: Eine Laudatio auf Sie und Ihr bürgerschaftliches Engagement zu halten, liebe Frau Rousseau, ist mir ein besonders großes Vergnügen!" Als sie vor gut einem Jahr mit Manuela Rousseau in ihrem Amtszimmer zusammen gesessen habe und über kulturelles Engagement von Unternehmen und Kinder- und Jugendpolitik sprachen, da habe sie sehr schnell das Gefühl bekommen, es mit einer echten "Überzeugungstäterin" zu tun zu haben. "Mit Ihrem Tatendrang, Ihrem Willen zur Veränderung, und Ihrer Überzeugungskraft, haben Sie viel dazu beigetragen, das Thema Kultur in Ihrem Unternehmen zu platzieren." (Manuela Rousseau ist Leiterin Corporate Social Responsibility bei der Beiersdorf AG). Manuela Rousseau würde

in vorbildlicher Weise Lehre, Praxis und Theorie verbinden. Karin von Welck nannte einige der Arbeitsschwerpunkte außerhalb der Beiersdorf AG, wie zum Beispiel die seit 1992 ausgeübte Lehrtätigkeit am Hamburger Institut für Kultur- und Medienmanagement an der Hochschule für Musik und Theater. "In dieser Zeit haben Sie mehr als 400 Studenten ausgebildet, die heute als Produktmanager, Orchesterdirektorin, selbstständige Unternehmer, freie Journalisten oder Pressesprecher in vielfältigen Bereichen tätig sind." Manuela Rousseau ist auch Mitbegründerin (seit 2003 im Vorstand) des Arbeitskreises Kultursponsoring im BDI. In dieser Funktion setze sie sich mit Nachdruck für eine offene, vorurteilsfreie Berichterstattung über Kultursponsoring seitens der Wirtschaft durch die Medien ein. "Ihr konsequenter Einsatz hat bereits Früchte getragen: Seit zwei Jahren würdigt der Kulturkreis der deutschen Wirtschaft gemeinsam mit dem Handelsblatt und der Süddeutschen Zeitung die vielfältige Kunst- und Kulturförderung von Unternehmen in Deutschland." Seit dem Jahr 2000 ist Manuela Rousseau zudem Mitglied im Kul-



*Manuela Rousseau im Interview mit Hamburg 1 für die Sendung "Lampenfieber", die am 18. Januar gesendet wurde.*

turausschuss der Handelskammer Hamburg.

"Liebe Frau Rousseau, ich kenne nur wenige Menschen, die es wie Sie schaffen, ihr ganz persönliches Anliegen mit so viel professioneller Überzeugungskraft ein- und durchzusetzen. Ihr beeindruckend breit gefächertes Engagement in zahlreichen Organisationen, im Rahmen Ihrer Lehrtätigkeit und auch in Ihrem Unternehmen, der Beiersdorf AG, ist ein Segen. Dass die Beiersdorf AG ein so gutes Image hat, ist nicht zuletzt Ihr Verdienst." Dass Manuela Rousseau im Rahmen ihrer langjährigen Lehrtätigkeit so vielen jungen Leuten ihr Wissen um die Möglichkeiten, die Kultur-orientiertes Handeln bietet, weitergebe, verdiene Respekt. Respekt, den ihr auch die damalige Hamburger Kultursenatorin Dr. Christina Weiss erwiesen habe, als sie ihr 1999 im Namen des Bundespräsidenten Roman Herzog die Verdienstmedaille des Verdienstordens Bundesrepublik Deutschland überreicht habe.

"Die Jury hat mit Ihnen eine gute Wahl getroffen. Sie haben es verdient, in diesen Kreis aufgenommen zu werden!" Hamburgs Kultursenatorin Professor Dr. Karin von Welck schloss ihre Laudatio mit einem Zitat von Stephan Grellet, Manuela Rousseaus Lebensmotto: "Ich erwarte, dass ich nur einmal durch diese Welt gehe. Deshalb will ich alles Gute, das ich tun kann, jetzt tun und jede Freundlichkeit, die ich erweisen kann, jetzt er-

weisen. Ich will es nicht verschieben und nicht übersehen, denn ich werde den gleichen Weg nicht zurück kommen".

Eine von dieser sehr persönlichen und einfühlsamen Laudatio gerührte Manuela Rousseau dankte der Senatorin für ihre Worte. Für sie sei diese Auszeichnung Anerkennung und Motivation für die Zukunft. "Ich freue mich, dass mit der Würdigung meiner Person nun auch Kultursponsoring eine Anerkennung neben dem TV-starken Sportsponsoring findet!" Mit der heutigen Auszeichnung sei die Akzeptanz für das Kultursponsoring wieder ein Stück vorangekommen. "Alle Beteiligten haben auch in Zukunft die Verantwortung, gute Rahmenbedingungen für Kultursponsoring zu schaffen, kompetente Leute auf Seiten der Kulturinstitutionen als auch auf Seiten der Unternehmen einzusetzen, kurze Entscheidungswege zu schaffen, Mut zu entwickeln, um Neues zu wagen und eine hohe Bereitschaft mitzubringen, um voneinander zu lernen."

Zu guter Letzt dankte sie auch Ihrem Mann, Hans-Jürgen Schriever. "Man hört oft, hinter jedem erfolgreichen Mann stehe eine starke Frau. Ich möchte dies heute umdrehen: Hinter jeder erfolgreichen Frau steht ein starker Mann. Ich meine dies ernst. Der Erfolg kann für den Partner belastend sein: Stets auf Reisen, lange Meetings, angespannt nach Hause kommen, Arbeit am Wochenende oder - wie heute - im Mittelpunkt ste- ▶

hen. Das sind Dinge, die nur möglich sind, wenn der Mann sich ehrlich mitfreuen kann, wenn er zeigen kann, dass er auf diese Leistung stolz ist und alles als gemeinsamen Erfolg erlebt. So einen großartigen Mann habe ich seit 20 Jahren an meiner Seite. Danke, dass du mein Leben und meine Erfolge mit mir teilst."

Der so Angesprochene freute sich sichtlich. Vom STATTgespräch darauf angesprochen, wie es denn sei HINTER einer erfolgreichen Frau zu stehen, meinte er: "Ich finde es wunderbar. Und ich sehe es tatsächlich als gemeinsamen Erfolg an. Da wir uns regelmäßig austauschen über unseren beruflichen Alltag, weiß jeder vom Anderen, was ihn bewegt. Natürlich hat mich die persönliche Ansprache meiner Frau sehr bewegt." Nach derart vielen berührenden Sätzen bleibt dem STATTgespräch nur, sich den vielen anerkennenden Worten und Glückwünschen anzuschließen mit dem Wunsch, dass der "Motor" dieser zielstrebig und engagierten Frau nie ins Stottern geraten möge. Das STATTgespräch will versuchen, für den richtigen Treibstoff zu sorgen.



*"Hinter jeder erfolgreichen Frau steht ein starker Mann!" Professor Manuela Rousseau (rechts) mit ihrem Mann Hans-Jürgen Schriever und Hamburgs Kultursenatorin Professor Dr. Karin von Welck.*