

Bei Beiersdorf stimmt die Unternehmenskultur



Initiatorin der Beiersdorf-Kulturaktivitäten: Manuela Rousseau.

Hamburg – Wie weit ihre Begeisterung tragen würde, konnte Manuela Rousseau nicht ahnen, als sie sich vor zwölf Jahren fragte: „Was ist, wenn Kultur in den Betrieb kommt?“ 1992 wagte die stellvertretende Unternehmenssprecherin bei Beiersdorf einen vorsichtigen Anfang, als sie die Chansonsängerin Annette Mayer für ein Konzert im Werk buchte.

Aus dem ermutigenden Auftakt mit 250 begeisterten Zuhörern in einer Werkzeughalle hat sich ein ganzes Bündel kultureller Aktivitäten bei Beiersdorf entwickelt.

Inzwischen zählt die Reihe „Kultur im Betrieb“ 28 Veranstaltungen mit 15 000 Zuschauern. Vor zehn Jahren wurde auch noch die Kulturgemeinschaft Beiersdorf gegründet, in der von Profis Kurse für Mitarbeiter organisiert werden, die kulturell aktiv werden wollen und dafür einen monatlichen Beitrag zahlen. Es gibt Literaturseminare, einen Chor, Trommel-, Mal- und sogar Geschichtskurse mit Referaten und Exkursionen. All das hat zudem dazu beigetragen, dass Beiersdorf sich seit 1999 im Kultur-

sponsoring engagiert, wenn es zum Unternehmen passt wie beim „tesafilm Festival“ im Rahmen des Filmfests Hamburg oder in der Leseförderung.

Manuela Rousseaus Annahme, dass es ein natürliches Interesse vieler Kollegen an kulturellen Programmen gebe, dieses aber erst geweckt werden müsse, hat sich bestätigt. „Wir wollten die Schwellenangst nehmen und die Kultur zu den Leuten bringen“, sagt sie. Die Veranstaltungen beginnen gleich nach Feierabend, der Eintritt beträgt vier Euro

(„Was nichts kostet, ist nichts wert“). Die Nachfrage ist meist größer als das Angebot im 400-Plätze-Saal neben der Kantine. Eingeladen werden auch die Anwohner, denn Beiersdorf, dessen Stammsitz inmitten von Wohnhäusern in Eimsbüttel liegt, legt Wert auf gute Nachbarschaft.

Dieser Gedanke des Miteinanders durchdringt auch die Programme: Jeder soll etwas davon haben. Für Hamburger Theater und Solisten ist es Werbung sowie willkommener Zusatzverdienst. Auch internationale Gäste wie

das Kammerorchester St. Petersburg oder das Puppentheater Shanghai nutzen gern die Chance eines Extra-Auftritts.

Neuester Coup ist das „Lust-auf-Kultur-Abonnement“: Sechs Veranstaltungen für 49 Euro, Planetariums-Show, Beckmann-Führung im Bucerius Kunst Forum, Theater, Oper und die Ausstellung „Dialog im Dunkeln“. „Wir wollen die ganze Bandbreite von Hamburgs kulturellem Angebot zeigen“, sagt Manuela Rousseau. Die 150 Abos waren nach einer Woche verkauft. (wend)