

Unternehmen unterstützen Deutsche AIDS-Stiftung

Mit Mode, Kosmetik, Styling und Snacks wollen Firmen helfen

Immer mehr Unternehmer sehen sich in der gesellschaftlichen Verantwortung und möchten daher mit ihren Produkten Menschen helfen, denen es nicht so gut geht. Seit vier Jahren bereits unterstützt der Kondomhersteller Ansell GmbH – vormals *condomi health international* – die Deutsche AIDS-Stiftung. Für Menschen mit HIV und AIDS in Not erhält die AIDS-Stiftung einen prozentualen Anteil (4 Prozent) vom Preis jeder verkauften Kondompackung der Marken ES² und ER². Auch die 1851 in New York gegründete Kosmetikfirma Kiehl's unterstützt seit 2005 die Deutsche

Vorverkauf für 2. Festliche Operngala gestartet



„Tue Gutes und habe Freude daran“ – unter diesem Motto konnte die Deutsche Oper am Rhein Anfang des Jahres rund 1.400 Gäste im ausverkauften Opernhaus in Düsseldorf begrüßen. Nach dem großen Erfolg der Gala laden die Deutsche Oper am Rhein und die Deutsche AIDS-Stiftung für den 5. Februar 2011 zur 2. Operngala ein. Erneut werden Stars aus der Opernwelt in Begleitung der Düsseldorfer Symphoniker die Gäste bezaubern. Die Erlöse der 2. Festlichen Operngala sollen wieder bedürftigen HIV-positiven und aidskranken Menschen in der Region und modellhaften Hilfsprojekten im südlichen Afrika zu Gute kommen. Tickets zwischen 49 € und 175 € (inkl. VVK-Gebühr) sind ab sofort bei der Deutschen Oper Düsseldorf erhältlich (Kartentelefon: 02 11 - 8 92 52 11, Onlinetickets: www.ticketonline.com, E-Mail: [ticket\(at\)operamrhein.de](mailto:ticket(at)operamrhein.de)). VIP-Karten für 500 €, die ein Gala Dinner mit Künstlern und Ehrengästen im Anschluss an das Konzert beinhalten, erhalten Sie nach schriftlicher Bestellung nur bei der Deutschen AIDS-Stiftung (www.aids-stiftung.de).

AIDS-Stiftung mit den Erlösen aus dem Verkauf verschiedener Kosmetikprodukte. Zum Welt-AIDS-Tag 2009 lancierte Kiehl's Since 1851 erneut zwei Produkte, die Handcreme Ultimate Strength Hand Salve und ein von vier deutschen Celebrities gestaltetes Kartenset, aus deren Verkauf ein Anteil der Stiftung zugute kommt.

Das Kosmetik-Unternehmen L'Oréal nimmt jedes Jahr den Welt-AIDS-Tag zum Anlass, sich für die Stiftung zu engagieren. Anlässlich der feierlichen Eröffnung der L'Oréal-Akademie Frankfurt im September 2009 hatten sich innerhalb der weltweiten Initiative „Friseure gegen AIDS“ einige der besten Friseure Deutschlands, darunter Martina Acht, Offenburg, Hatice Nizam, HaarWerk, Frankfurt, Bert Dylus, Frankfurt, und das Team L'Oréal Professionel Education, zusammengeschlossen, um zugunsten der Deutschen AIDS-Stiftung zu arbeiten. So wurde eine wunderbare Gelegenheit geschaffen, den guten Zweck mit Genuss zu verbinden: Für einen Mindestbeitrag von 35 € erhielten Interessierte an festgelegten Terminen einen neuen Cut und Styling. L'Oréal spendete alle Einnahmen an den Fonds für HIV-infizierte Mütter und Kinder der Deutschen AIDS-Stiftung.

Ein TV-Spot zum Welt-AIDS-Tag, in dem zur Unterstützung von Menschen mit HIV und AIDS aufgerufen wurde, brachte Heiko Janssen, Geschäftsführer der Richard Janssen GmbH, die Trockenfrüchte importiert, dazu, selbst aktiv zu werden. Er suchte das Gespräch mit der Deutschen AIDS-Stiftung und entschied: Von jeder verkauften Packung getrockneter Aprikosen, Feigen, Pflaumen und Maronen der Marke DELLA NATURA fließen fünf Cent an die AIDS-Stiftung. Auf der Fachmesse für Bio-Lebensmittel in Nürnberg startete Heiko Janssen am 19. Februar 2009 sein Engagement. Der Unternehmer will die Aktion erst beenden, wenn er HIV-positive



Menschen mit insgesamt 50.000 Euro unterstützen kann.

Auch der Düsseldorfer Unternehmerin Sabine Montanus schwebte ein Projekt vor, bei dem sie Menschen mit HIV und AIDS helfen kann. Sie gründete das Modelabel „Montis Boys“ und kreierte mit dem Designer Wolfgang Johannes Hein eine Kollektion, die sich an modebewusste Männer richtet. Gleichzeitig sollte ein Teil des Erlöses an eine gemeinnützige Organisation gehen. Die Düsseldorferin interessiert sich besonders für betreute Wohnprojekte und besuchte daher die Häuser der Stiftung in Essen und Berlin, die schwer an AIDS erkrankten Menschen ein neues Zuhause geben. Von jedem verkauften Kleidungsstück fließen mindestens 5 Prozent an die Deutsche AIDS-Stiftung. Wenn die Erlöse nach dem Unternehmensstart zunehmen, sollen sogar 50 Prozent des Gewinns an die AIDS-Stiftung weitergegeben werden. Seit der ersten Maiwoche 2010 sind die Kleidungsstücke der Kollektion exklusiv über den Onlineshop von Montis Boys auf www.montis-boys.com erhältlich. ■

Ann-Kathrin Akalin, Pressereferentin DAS
Deutsche AIDS-Stiftung • Markt 26 • 53111 Bonn
www.aids-stiftung.de