

# RWE findet seinen Gönner in der Westkurve

**Fußball Regionalliga.** Sascha Peljhan ist neuer strategischer Partner der Rot-Weissen. Der Naketano-Gründer und RWE-Fan stellt zwei Jahre lang einen Millionenbetrag zur Verfügung und berät den Klub

Von Ralf Wilhelm

Wie mag sich ein Lottogewinner mit Jackpot fühlen, der erstaunlicherweise überhaupt keinen Lottoschein abgegeben hat? Nun, die Auflösung könnte Marcus Uhlig geben, denn der muss sich so – oder so ähnlich – fühlen. Jedenfalls lüftete der RWE-Vorsitzende am Donnerstagabend auf einem Sponsorentreffen im Stadion Essen das gut gehütete Geheimnis. Und die Hilfe kommt tatsächlich aus der eigenen Fankurve. Die vor einigen Wochen ange-deutete „Essener Lösung“ hat nun einen Namen: Der Verein und Sascha Peljhan, RWE-Fan und Essener Unternehmer, gehen eine strategische Partnerschaft ein, die Tinte unter dem Vertrag ist mittlerweile getrocknet.

Der Name dürfte nicht allen Fans geläufig sein, das Unternehmen aber schon: Peljhan ist Mit-Gründer und Gesellschafter des Unternehmens Naketano, mittlerweile längst ein Kult-Label für freche Kapuzenpullis und T-Shirts. Eigentlich wächst hier nur zusammen, was schon längst zusammen gehört. Die coolen Sweatshirts mit den frechen Modellnamen wie „Italienischer Hengst“ oder „Muschiflüsterer“ und der Verein, der sich selbst als rotziger als andere Klubs bezeichnet, aus deren Fankurve Richtung Spieler schon mal Beutel fliegen, deren flüssiger Inhalt nicht zum Verzehr geeignet ist – das passt!

Der Vertrag mit Rot-Weiss geht erst einmal über zwei Jahre und bringt dem Verein pro Jahr einen niedrigen Millionenbetrag ein, der zu einer „signifikanten Etat-Erhö-



Wollen gemeinsam raus aus der Regionalliga: RWE-Boss Marcus Uhlig (links) und sein neuer strategischer Partner Sascha Peljhan.

FOTO: RWE PRESSE

hung im sportlichen Bereich“ führt, wie Marcus Uhlig mit einigem Stolz berichtet.

Vor etwa sieben Monaten hatte der Vereinsvorsitzende Peljhan persönlich kennengelernt, da war der 41-jährige RWE-Fan längst im Verein aktiv. Seit drei Jahren ist er Besitzer von zwei Dauerkarten im Assindia-Bereich, natürlich zu „Hoch3-Preisen“. Und, auch das ist ein offe-

nes Geheimnis, mischt er sich lieber bei Bierchen und Bratwurst mit seinen Buddies unter die Westkurven-Fans, als oben im VIP-Bereich zu parlieren. Als gebürtiger Essener verfolge er RWE schon sehr lange und regelmäßig im Stadion und ihn habe besonders beeindruckt, wie viele Menschen trotz der sportlichen Stagnation nach wie vor treu zum Verein halten. RWE habe ein

„riesiges Potenzial, und ich möchte einen Beitrag leisten, um dieses Potenzial endlich zur Entfaltung kommen zu lassen“, so der neue Partner.

Dabei unterstützt er den Verein schon viel länger. Für das Sozialprojekt „Essener Chancen“ stiftete er in der Vergangenheit einen sechsstelligen Betrag, ohne es an die große Glocke zu hängen, Aufmerksamkeit möchte er damit gerade nicht erregen.

RWE-Boss Uhlig sieht diese Partnerschaft als Ideallösung an, nimmt sie doch alle Kräfte im Verein mit, da mit dieser Lösung eine Ausgliederung der Profiabteilung nicht von Nöten sein wird: Auch auf einen Sitz im Aufsichtsrat verzichtet der großzügige Partner. „Herausgekommen ist eine Form der Zusammenarbeit, wie sie in Fußball-Deutschland wohl ihresgleichen sucht. Wir erhalten eine Unterstützung mit Rat und Tat, ohne dabei ein wirtschaftliches Risiko einzugehen.“

Denn neben der finanziellen Unterstützung ist Peljhan auch noch als Berater für RWE aktiv. Einmal die Woche treffen sich Uhlig und der erfolgreiche Unternehmer, um die Vereinsarbeit in Sachen E-Commerce, Merchandising und Mehrerlös-Potenziale zu optimieren. Uhlig spricht bei dieser Zusammenarbeit von einer „Frischzellen-

kur“ für den Verein.

Wer den Haken bei dieser Zusammenarbeit vermisst, der wird vergeblich suchen. Der presseschue Peljhan, der sonst nie Erklärungen abgibt, ließ zumindest auf Nachfrage dieser Redaktion durchblicken, dass er eine langfristige Partnerschaft anstrebe. Fußball sehe er aufgrund der Unberechenbarkeit nicht als Renditemöglichkeit, sondern durch die Emotionalität als Herzensangelegenheit. Peljhan: „RWE braucht das Initial, um aus der Regionalliga zu kommen.“

Eine Tilgung dieser Unterstützung erfolgt nur, wenn Rot-Weiss Essen in den Bereichen Zuschauer-Einnahmen und Sponsoring höhere Einnahmen erzielt als geplant. Von diesen Mehreinnahmen erhält Peljhan einen bestimmten „überschaubaren Prozentsatz“, der zudem der Höhe nach pro Saison gedeckelt sei, so der Verein.

Ach ja, und zur neuen Saison hat er sein Engagement auf vier Dauerkarten erhöht, zu „Hoch3-Konditionen“, versteht sich. Da wusste Uhlig aber, was sich gehört: Zahlen muss er nur für drei, die vierte gibt es als Ehrenkarte! Ehrensache.

Also, liebe Westkurven-Besucher, Augen auf beim nächsten Stadionbesuch: Der Typ neben euch, mit Bratwurst und Bierchen, er könnte der Gönner sein!

## Mit frechen Namen in die Welt

Die Hoodies von Naketano haben in der Fangemeinde einen Kultstatus

Das Essener Modelabel Naketano hat Hoodies bekanntgemacht. 2004 gründeten Sascha Peljhan und Jozo Lonac das Unternehmen. Die Pullis mit den anzüglichen Namen wie „Fotzybär“ oder „Peeeniis“ traten schnell ihren Siegeszug an. Die Verkaufszahlen schnellten in die Höhe. Im Jahr 2016 machten die Essener mit den Kult-Stücken einen Umsatz von 115,6 Millionen Euro, eine glatte Verdoppelung zum Vorjahr. Der Jahresüberschuss nach Abzug von Steuern betrug rund 25,3 Millionen Euro, 2015 hatte er noch 10,16 Millionen Euro betragen.

Auf dem Höhepunkt des Erfolges kündigten die beiden Geschäftsfüh-



Längst Kult: die Hoodies mit den typischen Kordeln. FOTO: MARIT LANGSCHWAGER

rer zum 31. Dezember vergangenen Jahres den Produktions- und Verkaufsstopp ihrer Erfolgsmodelle an. „Wir haben fertig“ – eine Verbeugung vor der Kultrede Giovanni Trapattonis – hieß es damals auf ihrer

Internetseite, zugleich zählte eine Uhr sekundengenau die Zeit bis zum Abschied herunter.

Seitdem wird in der Branche gerätselt, warum sie freiwillig von der Verkaufsfläche verschwunden sind. Zumindest Marke und Firma wurden nicht verkauft, deshalb hofft die riesige Fangemeinde, dass es eines Tages in irgendeiner Form unter anderem Namen weitergeht.

Die beiden Unternehmer geben nie Erklärungen ab, ein ehemaliger Geschäftspartner Peljhans beschreibt ihn als „umtriebigen Typen mit großem Zahlenverständnis. Nerven aus Stahl, sehr fleißig und – sehr sparsam“.