

„Peljhan hilft mit, RWE besser zu machen“

Die Zusammenarbeit zwischen dem Unternehmer und dem Traditionsverein von der Hafensstraße sucht im deutschen Fußball ihresgleichen, sagt RWE-Chef Marcus Uhlig. Ein Portrait

Von Marcus Schymiczek

Ein Interview? Wenn es denn unbedingt sein muss. Nein, Sascha Peljhan ist keiner, der sich in den Vordergrund drängt. Es wäre ihm wohl lieber gewesen, sein Name wäre nie in der Öffentlichkeit aufgetaucht. Nun geht er mit Rot-Weiss Essen in seine dritte Saison als... Ja, als was eigentlich? Als Gönner? Als Sponsor? Als guter Freund? RWE-Chef Marcus Uhlig nennt Peljhan einen Glücksfall für den Verein.

Beim Gespräch in der Stadionloge zeigt sich Sascha Peljhan freundlich, aber verschlossen: Bloß nicht zu viel verraten. Dass Rot-Weiss Essen seinen Namen überhaupt öffentlich machte, als der Verein 2019 die Zusammenarbeit mit einem „strategischen Partner“ bekanntgab, hat einen Grund: Misstrauen. Um sich für Investoren interessant zu machen, sollte RWE die Ausgliederung der ersten Mannschaft prüfen. So hatte es die Mitgliederversammlung beschlossen. In der Fanszene kam das nicht gut an. Seit sich Scheichs und russische Millionäre in Traditionsvereine einkaufen und gerne auf dicke Hose machen, reagieren Fans allergisch.

„Dann säße ich nicht auf der Tribüne, sondern stünde unten auf dem Platz.“

Sascha Peljhan zur Frage, ob er durch sein Engagement bei RWE sein „Hobby zum Beruf“ gemacht hat

Die Sorge war deshalb groß, da könnte jemand Rot-Weiss Essen von hinten durch die kalte Küche übernehmen, als es hieß, RWE habe einen „Partner“ gefunden, ohne dessen Namen zu nennen. Das holte Marcus Uhlig nach. Die Ausgliederung der Profi-Mannschaft ist inzwischen vom Tisch. Die Mitgliederversammlung hat den Beschluss zurückgenommen. RWE, verspricht Uhlig, werde seine Identität nicht aufgeben. Auch Dank Sascha Peljhan.

Nicht jeder RWE-Fan wusste etwas mit Peljhans Namen anzufangen

Sascha wer? Nicht jeder, der es mit RWE hält, konnte auf Anhieb etwas mit dem Namen anfangen. Die Firma aber, mit der Peljhan viel Geld verdient hat, dürfte den meisten ein Begriff gewesen sein: Naketano.

Peljhan, studierter Betriebswirt mit den Schwerpunkten Steuern und Finanzen, hatte das Modelabel 2004 gemeinsam mit einem Kompagnon gegründet. Die ersten Jahre verliefen holprig, dann ging das Geschäft durch die Decke. Ihre Hoodies und Pullover mit der markanten Kordel am Kragen entwickelten sich zu einem Verkaufsschlager.

Die Jungunternehmer setzten Millionen um, bis sie die Produktion 2018 einstellten. „Zeit für eine Veränderung“ ließen sie ihre Geschäftspartner wissen. Das war's. Warum dieses unerwartete Aus?



Naketano-Gründer Sascha Peljhan (r.) und RWE-Chef Marcus Uhlig wollen Rot-Weiss Essen gemeinsam nach oben bringen.

FOTO: VLADIMIR WEGENER / FFS

„Alles andere hätte bedeutet, Kompromisse zu machen“, sagt Sascha Peljhan, ohne ins Detail zu gehen.

Über Naketano will Peljhan nicht mehr viele Worte verlieren. Mit diesem Kapitel hat er abgeschlossen. Dabei wären Kordeln am Kragen vielleicht auch eine Idee für ein neues RWE-Trikot. Und wie fühlt es sich heute an, wenn er jemanden sieht, der einen Pullover von Naketano trägt? Peljhan zuckt mit den Schultern. Überrascht ist er nicht. Die Qualität der Produkte sei halt gut, sagt Peljhan und klingt dabei so emotionslos, als würde er über Wasserkocher reden.

Sascha Peljhan hat seit zehn Jahren eine RWE-Dauerkarte

Sascha Peljhan hat mit Mode Millionen gemacht. Wer wie er keine Kompromisse mehr eingehen muss, ist frei. Und nun? Andere würden ihren Bauch vielleicht den lieben langen Tag in die Sonne halten. Peljhan engagiert sich bei RWE. Dem Verein hat er eine siebenstellige Summe zur Verfügung gestellt. Einfach so. Ohne, dass er irgendetwas dafür haben will. Weder Profit, noch Mitspracherecht. Im deutschen Fußball sei diese Art der Zusammenarbeit einmalig, sagt Marcus Uhlig und wirkt, als müsste er sich selbst manchmal kneifen.

Uhlig suchte den Kontakt zu Peljhan, nachdem dieser eine stattliche Summe für das RWE-Sozialprojekt „Essener Chancen“ gespendet hatte. Beide kamen ins Gespräch, tauschten sich über die Perspektiven des Vereins aus und stellten fest, dass sie auf einer Wellenlänge surfen. Irgendwann fragte Peljhan: Wie viel brauchst du? So wie ein guter Freund, der einem alten Kumpel über eine finanzielle Durststrecke hinweghelfen möchte. Warum er das tut? „Ich wollte nicht länger mit ansehen, wie die Leute nach dem Spiel mit langen Gesichtern nach Hause gehen“, sagt Peljhan.

Seit zehn Jahren hat er eine Dauerkarte für die Heimspiele an der Hafensstraße. Gleich um die Ecke, in Altenessen, ist er aufge-

wachsen. Wie so viele kennt der 43-Jährige die Geschichten von den guten alten Zeiten nur vom Hörensagen: als RWE noch in der Bundesliga spielte oder sich als Oberligist pa-

ckende Duelle in diversen Aufstiegsrunden lieferte.

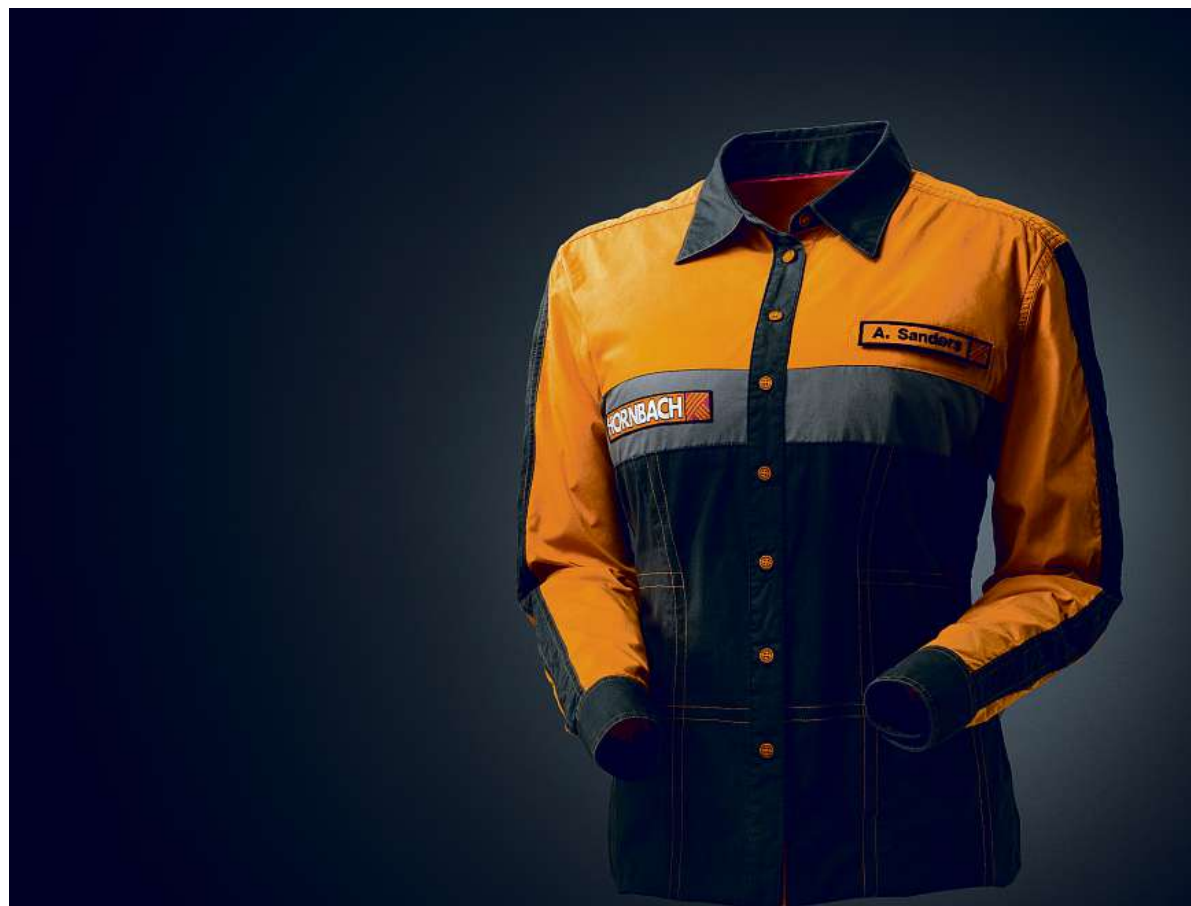
Als in der Regionalliga zum Spiel gegen den Bonner SC 11.000 Zuschauer ins Stadion pilgern, um

ihren RWE anzufeuern, weiß Peljhan endgültig um das Potenzial des ehemaligen Deutschen Meisters. Den Verantwortlichen gibt er Planungssicherheit. Die zunächst auf zwei Jahre angelegte Zusammenarbeit haben beide Seiten um zwei weitere Jahre verlängert, zu verbesserten Konditionen für RWE, wie Marcus Uhlig betonte. Das geliehene Geld muss der Verein Peljhan 1:1 in kleineren Beträgen zurückzahlen, deren Höhe richtet sich nach der Ligazugehörigkeit.

Sascha Peljhan hilft mit, RWE besser zu machen, sagt Marcus Uhlig. Nicht nur mit Geld. Als Unternehmer bringe er seine Expertise ein bei Marketing und beim Verkauf von Fan-Artikeln, mit dem RWE im vergangenen Jahr erstmals mehr als eine Million Euro umgesetzt hat.

Ob er durch sein Engagement bei RWE sein „Hobby zum Beruf“ gemacht hat? Sascha Peljhan lacht und winkt ab. „Dann säße ich nicht auf der Tribüne, sondern stünde unten auf dem Platz“, sagt er und lässt für einen Moment erkennen, dass auch ihn antreibt, was doch alle RWE-Fans miteinander verbindet: die Freude am Fußball, die Leidenschaft für diesen Verein.

Anzeige



DIE BESTE BERATUNG TRÄGT HORNBACK HEMD

Das HORNBACK Hemd. Getragen von Menschen die sich mit Projekten auskennen.

HORNBACK
Es gibt immer was zu tun.

Langfristige Partnerschaft auch mit Harfid

■ Rot-Weiss Essen ist nicht nur mit Sascha Peljhan eine längerfristige Partnerschaft eingegangen. Im April gab der Regionalligist bekannt, dass der Haupt- und Trikotsponsor Harfid sein Engagement bis 2025 verlängert hat, ebenfalls zu besseren Konditio-

nen, wie Marcus Uhlig mitteilte.

■ Das Essener Bau- und Immobilienunternehmen unterstützt neben Rot-Weiss Essen auch den FC Schalke 04. Harfid ist seit der Saison 2019/2020 Hauptsponsor von RWE.