

STUTTGART

S T A D T & R E G I O N

**Mehr Power
für den Frühling**

Wie richtige Ernährung &
Entschlackung fit machen

Ausgabe 1 · 15. Jahrgang
Frühjahr 2006 · 5,- €

E 30973 F



02801

4 194988 505001

David Hamilton

Porträt einer Fotolegende

Neue Autos 2006

„Päpste geben keine Interviews“

Die Macher von
SWR 1 „Leute“ im Gespräch

König Fußball

Wissenswertes, Witziges, Wichtiges

Was macht eigentlich ...? **Rolf Deyhle**

Anderswo droht der Weihnachtsmann den Kindern mit der

Fleißige Weihnachtsmänner

Rute. In Stuttgart aber ist „Weihnachtsmann & Co“ längst zu einem Symbol der Hoffnung geworden, zu einer festen, längst erwachsenen Institution. Seit über 30 Jahren finden sich in der Adventszeit führende Stuttgarter Firmen zusammen, um auf dem Weihnachtsmarkt, Ecke Königstraße und Planie, eine bunte Palette von Waren und Dienstleistungen anzubieten. Der Verkaufserlös gilt einem guten Zweck: er kommt Bedürftigen zugute und sozialen Einrichtungen in der Stadt. „Unser Ziel ist es, dort zu helfen, wo sonst keine Hilfe zu erwarten ist“, sagt **Thomas Zell**, Vorsitzender von Weihnachtsmann & Co. Diesem Motto fühlen sich zahlreiche Unternehmen der Region verpflichtet: **Daimler Chrysler** ist ebenso dabei wie **Porsche**, **Breuninger**, die **LBBW**, **Stuttgarter Hofbräu**, die **Sparkassen-Versicherung**, die **LBS** und die **SSB**, um nur einige wenige zu nennen.

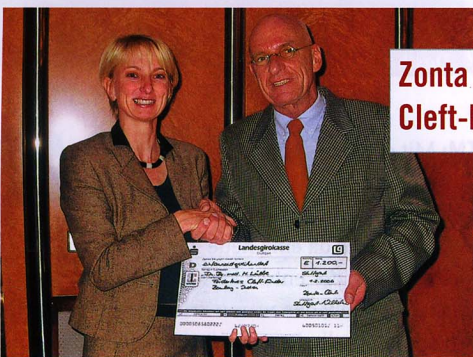
Auch diesmal waren wieder viele bekannte Persönlich-

keiten am Stand, um beim Verkaufen zu helfen – so etwa Ministerpräsident **Günther Oettinger** und sein Vorgänger **Erwin Teufel**, Oberbürgermeister Dr. **Wolfgang Schuster**, Turnweltmeister und MdB **Eberhard Gienger**, Schau-

spieler **Walter Schultheiß**, „Nachtcafé“-Moderator **Wieland Backes**, SWR-Sportchef **Michael Antwerpes** und viele andere mehr. Der Erlös: 230.000 Euro. Unterstützt werden damit unter anderem das Olgäle, das Eltern-Kind-Zentrum, die Nikolauspflge, AMSEL, die Blindenschule, die Johanniter-Hilfe und andere soziale Einrichtungen.



Da war er noch als VfB-Trainer am Stand von Weihnachtsmann & Co.: Giovanni Trapattoni zusammen mit VfB-Präsident Erwin Staudt und Thomas Zell beim Verkauf von TOP Magazinen für den guten Zweck



Dr. Dr. med. Heinz Lübke bei der Scheckübergabe

Zonta unterstützt Cleft-Kinder-Hilfe

Über einen Scheck in Höhe von 1.200 Euro darf sich **Dr. Dr. med. Heinz Lübke**, Facharzt für Mund-, Kiefer- und Gesichtschirurgie mit Gemeinschaftspraxis in Stuttgart, für seine **Cleft-Kinder-Hilfe e.V.** freuen. Der Begriff Cleft-Kinder steht für die weltweit häufigste Fehlbildung im Gesichtsbereich: die Lippen-Kiefer-Gaumenspalten. Überreicht bekam der Prä-

sident dieses Vereins den Scheck vom **Zonta Club Wilhelma Stuttgart**. Zonta ist – als Pendant etwa zu Rotary und Lions – eine weltweite Vereinigung berufstätiger Frauen, die sich soziales Engagement auf ihre Fahne geschrieben hat. Die Deutsche Cleft-Kinder-Hilfe arbeitet derzeit in Indien, Vietnam und Kamerun, wobei besagter Spendenbetrag Kindern in Mumbai zu Gute kommen soll.



Bei der Scheckübergabe am Rande der Bundesliga-Begegnung zwischen dem VfB Stuttgart und Werder Bremen: MHP-Geschäftsführer Dr. Ralf Hofmann und Dr. Stefanie Schuster, Präsidentin des Vorstands der Olgäle Stiftung. Mit dabei war auch „Fritzle“, das VfB-Maskottchen.

MHP unterstützt Olgäle-Stiftung

Zu Gunsten von zwei großzügigen Spenden hat die **Mieschke Hofmann und Partner (MHP)** Gesellschaft für Management- und IT-Beratung mbH mit Stammsitz auf Schloss Heutingsheim in Freiberg am Neckar im vergangenen Jahr auf das Versenden von Weihnachtsgeschenken verzichtet. Diese Aktion erbrachte zusammen mit der alljährlichen Unternehmensspende einen Betrag von über 22.000 Euro. Die Hälfte davon spendete die Porsche-Tochtergesellschaft der **Olgäle-Stiftung**,

ergänzt um Porsche-Spielsachen. Ein weiterer Scheck, ebenfalls in Höhe von 11.000 Euro, ging nach Südafrika. Hier unterstützt MHP das Hilfsprojekt „GreenFutures“, ein Integrationsprojekt für Schwarzafrikaner. Im Rahmen dieser Initiative erhalten zwölf Schüler pro Jahr die Möglichkeit, sich in einem zweijährigen Schulungsprogramm zum Gärtner ausbilden zu lassen. Mit ihrem langfristig angelegten Sponsorship ermöglicht MHP jährlich zwei Schülern die Teilnahme an diesem Programm.