



Dr. Stephan Eisel  
Mitglied des Deutschen Bundestages  
Wahlkreisbüro: Markt 10-12  
53111 Bonn  
0228 -184 99832  
Deutscher Bundestag  
Platz der Republik 1, 11011 Berlin  
Tel. 030 - 227 - 77088  
[stephan.eisel@bundestag.de](mailto:stephan.eisel@bundestag.de)

# Medienmitteilung

27. Februar 2009

## Eisel begrüßt erneutes Bekenntnis von Post-Chef Appel zum Festspielhaus

Der Bonner Bundestagsabgeordnete Stephan Eisel begrüßte die jüngsten Äußerungen des Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Post, Frank Appel, in der Süddeutschen Zeitung zum Festspielhaus Beethoven: "Herr Appel hat sich erneut klar zum Bau des Festspielhauses bekannt. Diese Eindeutigkeit und das Engagement der Deutschen Post beim Architektenwettbewerb sind vorbildlich und sollten für alle Projektpartner beispielhaft sein." Eisel bezeichnete es als "ehrlich und richtig", daß Appel das Engagement des Unternehmens ausdrücklich nicht als Mäzenatentum verstanden wissen wollte, sondern als geschäftsorientierte Unternehmenspolitik: "Das geschäftspolitische Eigeninteresse des Unternehmens ist die beste Garantie für die Nachhaltigkeit und Verlässlichkeit des Engagements für das Festspielhaus."

In einem Interview mit der Süddeutschen Zeitung hatte Frank Appel am 21. Februar 2009 gesagt:

*"SZ: Herr Appel, mitten in der tiefsten Wirtschaftskrise will die Post in Bonn eine neue Konzerthalle mitfinanzieren. Passt so ein Projekt in die Zeit?"*

***Appel: Es ist Unsinn, eine solche Entscheidung nur aus symbolischen Gründen zu revidieren. Ich glaube, von uns wird erwartet, dass wir an grundsätzlich Richtigem festhalten, auch in schwierigen Zeiten. Der Bau eines Festspielhauses zum 250. Geburtstag von Ludwig van Beethoven mit privatem Geld und unterstützt von Post, Postbank und Telekom ist eine solch richtige Entscheidung.***

*SZ: Was hat denn eine Konzerthalle mit der Deutschen Post zu tun?*

***Appel: Beethoven ist in Bonn geboren, hier ist unser Konzernsitz mit 8000 Mitarbeitern. Der Name Beethoven ist auch im Ausland positiv besetzt. Ich glaube, wir können unsere Marke mit Beethoven positiv aufladen, so wie wir das auch mit unserem Engagement in der Formel Eins tun. Das ist kein Mäzenatentum, sondern hilft dem Standort und unserem Geschäft."***