

Respekt, Fabienne Marchand



Schön sein war ihr zu wenig: Topmodel Fabienne Marchand gründete eine Firma und tut Gutes

Die dunkelbraunen Haare hat sie zu einem lockeren Pferdeschwanz gebunden, im Gesicht viele Sommersprossen statt aufdringlichen Make-ups, schwarzes Sommerkleid, Sandalen – und ein strahlendes Lächeln. So treffen wir Fabienne Marchand in einem Münchener Restaurant. Das ist die Frau, die in den vergangenen Jahren mehr Spendengelder gesammelt hat als kaum eine andere? Die es in Sachen Charity mit einer Ute Ohoven aufnehmen kann? Und die jetzt, im Oktober, wieder groß von sich reden machen wird, wenn die Kathleen-Madden-Brustkrebs-Kampagne, die sie initiiert hat, in die dritte Runde geht? Können erfolgreiche Geschäftsfrauen so attraktiv, mädchenhaft und charmant ungekünstelt aussehen? Sie können – wie man der Schweizerin ansieht. Nur irritieren sie damit immer wieder. „Den Kredit für meine Firmengründung zu kriegen war ein Kunststück! Die Banker meinten wohl, dass eine junge Frau, die Model ist, beim Modeln bleiben sollte“, erzählt die 26-Jährige.

SCHÖNHEIT ALLEIN IST ZU WENIG
Wie es zu der ungewöhnlichen Erfolgsgeschichte kam? Fabienne Marchand, die auch über Schweizer Grenzen hinaus als neue Audrey Hepburn gilt, war es auf Dauer zu wenig, immer nur vor Kameras zu posieren. „Ich erinnere mich an ein Shooting, wo wir Models stundenlang nur rumsaßen und unsere Fingernägel feilten. Da wusste ich plötzlich, dass ich was anderes brauchte, um glücklich zu werden.“ Als sie für einen Fotjob nach Albanien reist,

dort Kinder sieht, die völlig sich selbst überlassen auf Müllhalden leben, weiß Fabienne, dass sie etwas Soziales machen will. Sie möchte den Menschen helfen, die es im Leben nicht so gut getroffen haben wie sie. Mit 22 gründet sie aus eigenen finanziellen Mitteln „fm projects“, eine PR- und Marketing-Agentur, die Charity-Events organisiert. Fabienne Marchand versteht es, die Schönen und Reichen zu sozialem Engagement zu bewegen. „Am Anfang haben mich gerade die männlichen Geschäftspartner nicht immer ernst genommen, da kamen nach Meetings öfter zweideutige SMS als eindeutige Verträge. Aber aufgeben war keine Alternative.“

PRETTY IN PINK GEGEN KREBS
Fabienne kämpft sich durch. Eine Brustkrebs-Präventionskampagne war der erste große Auftrag – und ein voller Erfolg. Gemeinsam mit dem Modelabel Kathleen Madden und prominenten Schweizerinnen macht Fabienne Marchand aufmerksam auf die heimtückische Krankheit. Rosa Schals stehen symbolisch für die rosafarbenen Schleifen, die die Kosmetikunternehmerin Estée Lauder für die weltweite Aktion zur Brustkrebsvorsorge entworfen hat. Im Februar 2006 kommt die Kampagne nach Deutschland – Fabienne Marchand schafft es, Superstars wie Anna Netrebko für die Anti-Brustkrebs-Aktion zu gewinnen. „Erst kürzlich bekam ich eine E-Mail von einer Frau, die aufgrund der Kampagne zum Check-up ging und frühzeitig einen Knoten entdeckt hat. Sie konnte rechtzeitig behandelt werden, und alles ist gut verlaufen. So was ist überwältigend!“

BUSINESSLADY
Solche Geschichten motivieren Fabienne Marchand zum Weitermachen: „Es gab aber auch Zeiten, da hatte ich schlaflose Nächte, ob und wie es weitergeht. Alles, von Buchhaltung bis Marketing, war ja ‚Learning by doing‘. Manchmal haben Kunden nicht bezahlt. Oder ich musste erst einen Auftrag an Land ziehen, um die Büromiete zu begleichen. Deshalb modelle ich auch heute noch ab und zu – als Backup sozusagen.“

JEDER KANN HELFEN
Mittlerweile läuft „fm projects“ sehr gut. Mehr als 200.000 Euro hat Fabienne Marchand bereits für soziale Projekte gesammelt: „Ich bin stolz darauf, dass ich meinen Traum verwirklicht habe.“ Trotzdem ist sie keine Mutter Teresa, sondern Geschäftsfrau: „Ich profitiere ja auch von meinen Aktionen. Alles funktioniert nach dem ‚Win-win-win-Prinzip‘: meine Werbepartner, die sozialen Einrichtungen und ich verdienen an den Events.“ Der Erfolg gibt ihr recht – und die Schweizerin mit dem Charme will weitermachen. Sie glaubt fest daran, dass jeder helfen kann, wenn er nur will.
ANNA ZEITLINGER



Ein Herz für Kinder

zeigte Fabienne nicht nur als Initiatorin des „Kids Music Project“ im SOS-Kinderdorf Miami. Mit Topstar Shaggy spielte sie auch ein Album zugunsten der Kinderdörfer ein. „Mehr als nur ein Ausgleich zum Modeljob“, meint das Covergirl

Stars in Pink gegen Krebs!

Im Oktober 2006 geht Fabiennes erfolgreiche Brustkrebs-Kampagne in die dritte Runde, diesmal u.a. mit Iris Berben. 2005 waren mit dabei: (o., v.l.) Gitta Saxx, Ute Ohoven, Hina Tasleen, Heide Simonis; Fabienne Marchand, Anna Netrebko, Jenny Jürgens, Karen Webb, Anne-Sophie Mutter



FOTOS: BRUNO HELBLING, GIORGIO BALMELLI