

Sponsoring und Compliance – das Umfeld verändert sich

Von Michael Herrmann



Für kulturelle Veranstaltungen ist das Engagement von Sponsoren essenziell. So auch für das Rheingau Musik Festival, das sich über die Jahre einen festen Stamm treuer Sponsoren aufgebaut hat. Compliance-Fragen werden indessen immer mehr zum Hemmschuh, warnt Michael Herrmann. Denn wenn Kundeneinladungen immer häufiger unter Hinweis auf Compliance-Vorgaben ausgeschlagen werden, geht die Rechnung für die Geldgeber nicht mehr auf. Herrmann sieht deshalb alle Beteiligten gefordert, praxisnahe Richtlinien zu formulieren, die wieder für Rechts- und Planungssicherheit sorgen. Red.

Das Rheingau Musik Festival ist mit mehr als 150 Konzerten jährlich eines der größten und bedeutendsten europäischen Musikfestivals. Es findet jedes Jahr im Sommer in der gleichnamigen Weinregion westlich des Rhein-Main-Gebiets statt. Sein besonderer Reiz liegt in der Verbindung von Rheinromantik mit kulturellem Hochgenuss. Das breite Programmspektrum hat seinen Schwerpunkt auf der klassischen Musik, reicht aber auch bis hin zu Jazz, Weltmusik und Kabarett. Die hohe künstlerische Qualität aller Konzerte mit vielen internationalen Stars ist dabei der verbindende Aspekt aller Veranstaltungen. Seit seiner Gründung im Jahr

1987 zieht das Festival jedes Jahr mehr als 120 000 Besucher an die insgesamt 43 Spielstätten, darunter das Kloster Eberbach, Schloss Johannisberg, das Kurhaus Wiesbaden und Schloss Vollrads.

Ohne das Engagement zahlreicher Sponsoren und privater Förderer wäre das Rheingau Musik Festival nicht denkbar, da es nahezu ohne öffentliche Gelder veranstaltet wird. Der Festivaletat von derzeit acht Millionen wird zu 99,7 Prozent vom Festival selbst gedeckt. 45 Prozent der Mittel stammen dabei von Sponsoren und nur 0,3 Prozent aus öffentlichen Geldern.

Sponsoren mit unterschiedlichen Motivationen

Unternehmen und Finanzinstitutionen sehen in einer Zusammenarbeit mit dem Rheingau Musik Festival ein vielfältiges Nutzenpotenzial, haben aber teilweise unterschiedliche Gründe, warum sie sich für das Festival engagieren: Sie können

- sich in einer für sie relevanten Zielgruppe positionieren oder bekannt machen,
- ihr Image festigen,
- gesellschaftlich-kulturelle Verantwortung wahrnehmen,
- Kundenkontakte pflegen,
- ihr Know-how für den Festivalbetrieb einbringen oder
- neue Netzwerke zu anderen Unternehmen und Institutionen aufbauen.

Eines aber ist allen gemeinsam: Ihr Engagement für Musik und ihr Wille, in Zeiten vielfältiger Einsparungen der öffentlichen Hand im kulturellen Bereich und eines gravierenden Rückgangs der musikalischen Bildung einen Kontrapunkt zu setzen und die Bedeutung klassischer Musik hochzuhalten, um in Zeiten der Hektik und Unübersichtlichkeit Orte der Besinnung, Konzentration und Gelassenheit zu schaffen.

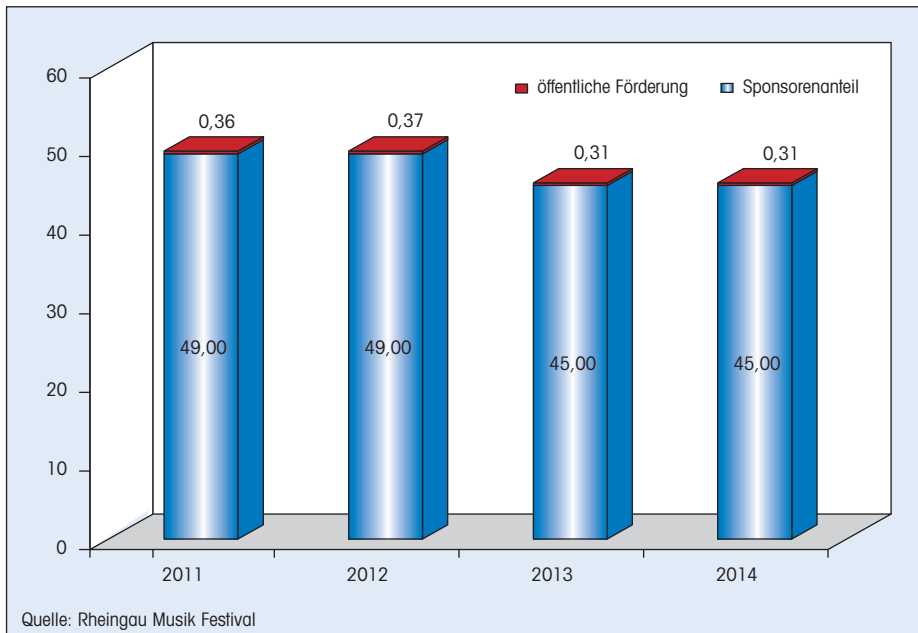
Zum Autor

Michael Herrmann, Intendant und Geschäftsführer, Rheingau Musik Festival Konzertgesellschaft mbH, Oestrich-Winkel

Unterschiedliche Formen der Zusammenarbeit

Sponsoren können dabei unterschiedliche Formen einer Zusammenarbeit nutzen, sei es eine Konzertpatenschaft, eine Premium-Projektpartnerschaft, ein

Anteil der Sponsoren und der öffentlichen Förderung am Etat des Rheingau Musik Festivals (Angaben in Prozent)



Co- oder Hauptsponsoring. Als Konzertpate können sie aus der Fülle des Musikangebots schöpfen. Zudem nutzen sie die Eventerfahrung des Festivalteams mit seiner professionellen Organisation, die den perfekten Rahmen für die Aufführung eines großen symphonischen Werkes, einer Jazz-Session, eines Kammer- oder Kinderkonzerts bietet.

Der Sponsor wird nach eingehender individueller Beratung durch das Festival-Team immer genau jene Veranstaltung herausfiltern, die am besten zu seiner Zielgruppe, seinen Ansprüchen oder seinem Unternehmenszweck passt oder deren Stil seinem Verständnis für gesellschaftliche Entwicklungen und kulturelle Unterhaltung entgegenkommt.

Um an Sponsorengelder heranzukommen, nutzt das Festival sein in vielen Jahren entstandenes Netzwerk und baut dieses professionell aus. Vornehmlich engagieren sich gerade diejenigen Unternehmen und Mäzene, denen die positive wirtschaftliche wie kulturelle Entwicklung des Rhein-Main-Gebiets ein besonderes Anliegen ist oder die in der Region stärker bekannt werden wollen.

Je bedeutender das Festival auch bundesweit in den vergangenen Jahren wurde, desto stärker möchten sich auch international agierende Unternehmen und Marken für das Rheingau Musik Festival engagieren, um über die sich bietenden Darstellungsmöglichkeiten im Rahmen der breiten Kommunikationsmaßnahmen sich selbst zu profilieren.

Compliance wird immer mehr zum Hemmschuh

Viele Sponsoren nutzen ein solches Engagement, um sich mit ihren Kunden jenseits des Tagesgeschäfts in entspannter Atmosphäre auszutauschen, oder stellen das ihnen vom Festival zugestandene Ehrenkartenkontingent Mitarbeitern zur Verfügung, um sie in den Genuss eines kulturellen Erlebnisses kommen zu lassen.

Auch wenn das Rheingau Musik Festival über einen sehr langjährigen und treuen Sponsorenkreis verfügt, der über Empfehlungen und eigene Konzerterlebnisse über Jahrzehnte gewachsen ist und der auch die Basis für die Planungen der kommenden Festivaljahre bildet, so kann nicht

darüber hinweggesehen werden, dass insbesondere das Thema „Compliance“ mehr und mehr zu einem Hemmschuh für das Engagement von Unternehmen wird.

Damit stehen insbesondere diejenigen Kulturtreibenden vor besonderen Schwierigkeiten, die sich nahezu selbst und ohne öffentliche Mittel finanzieren müssen. Obwohl jeder anerkennt, wie wichtig das Kulturleben in einer Region auch für die Ansiedlung von Unternehmen oder das Anwerben von qualifizierten Mitarbeitern ist, und dass Kultursponsoring somit ein wesentliches und nachhaltiges Instrument der unternehmerischen Kulturförderung ist, werden immer öfter Compliance-Bedenken geäußert oder Einladungen zu Konzerten mit Hinweis auf umständliche Compliance-Prozesse ausgeschlagen.

Rechts- und Planungssicherheit schaffen

Politik, Wirtschaft und Kulturtreibende sind deshalb gefordert, einen Leitfadens für eine transparente und vereinfachte Sponsoringpraxis zu entwickeln, der allen Beteiligten Rechts- und Planungssicherheit verschafft. Es gilt, faire, gesetzeskonforme und praxisnahe Regelungen für das Kultursponsoring zu formulieren. Nur so kann sichergestellt werden, dass weiterhin öffentliche und private Kulturprojekte, die auf materielle Ressourcen sehr stark angewiesen sind, auch weiterhin realisiert werden können und das breite Kulturleben, für das Deutschland von vielen Ländern bewundert wird, weiterhin blühen und gedeihen kann.

Das Rheingau Musik Festival und der Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI e.V. haben sich dieses Themas nun mit besonderer Priorität angenommen und zusammen mit Vertretern aus Kultur, Politik, Wirtschaft und Sachverständigen ein Modell entwickelt, das zukünftig, soweit vom Bundesministerium der Finanzen und Bundesministerium der Justiz unterstützt, Kultursponsoring wieder vereinfachen könnte.