

„Sponsoring und Fundraising für Musik- und Theatergruppen“ (Dr. Joachim von Hein)

Eine Rezension aus kirchenmusikalischer Sicht

Bei dem Ratgeber „Sponsoring und Fundraising für Musik- und Theatergruppen“ von Dr. Joachim von Hein handelt es sich um ein systematisch angelegtes Nachschlagewerk voller Ideen und Anregungen. Der Titel ist dabei eigentlich zu eng gefaßt, denn bei der Erwähnung von Musik- oder Theatergruppen denkt man in erster Linie an Schüler-Bands, Männergesangsvereine, Feuerwehrmusikkapellen oder die Laienspielschar der Volkshochschule.

Auf der 3. Seite wird aber sofort klar, daß diese Publikation sich genau so gut für die Teilfinanzierung kirchenmusikalischer Arbeit eignet. Und ich garantiere, daß auch Kirchenmusiker/innen, die schon lange aus der Quelle des Sponsorings oder Fundraisings schöpfen, in dieser Sammlung immer noch ein paar hilfreiche Tips finden, die sie bisher nicht kannten.

Von Hein geht systematisch zur Sache und klärt zunächst die Begriffe: Im Gegensatz zum Fundraising, bei dem Spenden gesammelt werden, aber keine Gegenleistung erfolgt, wird beim Sponsoring ein gemeinsamer Nutzen von Sponsor und gesponsorter Kultur angestrebt.

Auch muß aus der Sicht der Kirchenmusiker/innen zunächst die Zielgruppe ins Auge gefaßt werden – also Firmen und oder Institutionen, die vom Sponsoring eines Kirchenkonzertes eine hohe Werbewirksamkeit erwarten können.

Wie Musiker und Unternehmer an einen Tisch gebracht werden können: Das kann man in dem mehr als 70 Seiten starken Skript nachlesen. Aber das alles sind nur – wenn auch wichtige – Vorüberlegungen, denn nun entfaltet der Autor eine Fülle von Vorschlägen, wie sich die Interessen der Unternehmen mit musikalischen Veranstaltungen verbinden lassen.

Der Ratgeber geht also vom Allgemeinen zum Besonderen und von der Theorie zur Praxis.

Man findet die volle Bandbreite von subtiler Werbung zur Imagepflege (durch ein kleines Logo) über die Unterstützung durch Sachmittel („die Verpflegung des Orchesters spendete der Partyservice XY“) oder Dienstleistungen („den Podestaufbau erledigten Mitarbeiter des Umzugsunternehmens...“) bis zu Schirmherrschaften. Alle weiteren Vorschläge hier zu nennen, würde den Rahmen dieser Rezension sprengen.

Es folgt ein Mustervertrag und dann (sehr wichtig!) ein Kapitel unter der Überschrift „Ansprechpartner für Sponsoring“. Eine mehrere Seiten lange Liste deckt fast alle Branchen von Ärzten bis Werbeagenturen ab – immer mit dem Hinweis zur Zielgruppenaffinität versehen (Schnittmenge von Werbezielgruppe und kirchenmusikalisch interessierten Menschen) oder mit Ideen dazu, was man einer bestimmten Branche sonst noch anbieten kann (z.B. Konzert im Autohaus). Man kann dieser Liste sogar entnehmen, wie es möglich ist, sogar ein Bestattungsunternehmen in das eigene Sponsoring-Konzept einzubinden.

Fundraising, also Spendensammlung ohne Gegenleistung, ist der zweite Schwerpunkt dieses Ratgebers. Von der Sammelbüchse beim Bäcker über Fördervereine und Bußgelder, Legate und Testamente bis hin zu Stiftung: Keine Möglichkeit, an Geld zu kommen, das vorhanden ist und sonst in anderen Kanälen verschwinden würde, wird außer Acht gelassen.

Auch hier folgen wieder ganz konkrete Beispiele: Diversen Musterbriefen kann man entnehmen, mit welchen Formulierungen und Ideen man sich an Notare, Steuerberater oder Unternehmen wenden sollte, um sie als fröhliche Spender zu gewinnen.

Alternativen zu Sponsoring und Fundraising und eine Liste mit Literaturempfehlungen runden diesen praktischen Ratgeber ab.

Das einzige, was ich vermisse, ist ein Inhaltsverzeichnis; denn beim Lesen der 14 Kapitel kann man schon einmal den Überblick verlieren (wer den Ratgeber als Word-Datei liest, kann sich aber mit einer Word-Funktion schnell ein Inhaltsverzeichnis erstellen). Gerade dem Charakter als Ideensammlung und Nachschlagewerk würde ein Inhaltsverzeichnis sehr dienen.

Trotz dieses kleinen Punkteabzugs handelt es sich bei Dr. von Heins Kompendium um eine umfassende Sammlung praxisbezogener Tips, die ihresgleichen sucht. Ich wünsche ihr weite Verbreitung – allein schon im Interesse der Kirchenmusik!

Man kann den Ratgeber herunterladen, wenn man auf den folgenden Link klickt:
<http://partners.webmasterplan.com/click.asp?ref=77262&site=3610&type=text&tnb=3>
und dann auf der Startseite oben klickt bei „Mitgliedsabo gratis testen“.

Sobald man Mitglied ist, sucht man innerhalb der Seiten mit der Suchfunktion nach „Kultur-Sponsoring und -Fundraising“ und kann sich dann den kompletten Text anzeigen lassen.

Eine Inhaltsübersicht mit Leseproben findet man übrigens hier:
<http://tinyurl.com/2pydud>

Thomas Schmidt