



EXKLUSIV

Ich begrüße nun Nikolas Bock vom Sustainability Centre des Pharmakonzerns Rolertis. Herr Bock, welche Strategie verfolgen Sie bei der Auswahl Ihrer Kulturpartner?

Wissen Sie, als siebter Hauptsponsor der Salzburger Festspiele müssten wir enorme Summen investieren und gingen trotzdem unter. Wir haben uns deshalb für einen anderen Weg entschieden. Ein Prinzip lautet: Sponsern, was sonst keiner sponsert.

Also fördern Sie Nachwuchsorchester und Jugendprogramme?

Nein, damit fallen Sie heute nicht mehr auf. Spielmannszüge oder Triola-Orchester – das macht sonst keiner! Und in Paderborn haben sich nach dem Vorbild der »12 Cellisten« die 24 Piccoloflötisten gegründet. Klasse Sachen machen die, aber keiner wollte sie sponsern. Eine Hörgerätefirma nannte die Gruppe sogar geschäftsschädigend! Da sind wir gefragt.

Gibt es noch ein weiteres Prinzip?

Das haben wir von einem Sportartikelhersteller übernommen: Sponsern, was es gar nicht gibt. Die Sportfirma unterstützt zum Beispiel die Nationalmannschaft von Tibet. Dabei gibt es weder den Staat Tibet noch eine Nationalmannschaft. Toll, oder? Wir sponsern nun das Adipositas-Staatsballett in Hamburg.

Das gibt es doch wirklich nicht.

Eben! Aber am Geld liegt es nicht, und das ist uns wichtig. Bei Beethovens Zehnter ist uns leider ein süddeutscher Autohersteller zugekommen. Wenn wir nicht Exklusivsponsor sind, machen wir es nicht.

Vor kurzem ging durch die Presse, Rolertis wolle die Uraufführung der Schütz-Oper »Dafne« finanzieren.

Wir haben uns verpflichtet, das Geld sofort bereitzustellen, wenn die Partitur wieder auftaucht. Bis dahin können wir es noch in unser Unternehmen investieren. Schließlich kommt es auch den Kulturschaffenden zugute, wenn wir die Mittel noch vermehren, bis sie gebraucht werden.

Interview: Ann-Christine Mecke

Mensch & Musik

- 4 Flugzeugpilot oder lieber Geiger? Christian Funke, Katharina Schumann und Thomas Reinhardt
- 6 Fußball und Pfarrerbilder: Britta Taddiken
- 6 Forscherdrang und Geschäftigkeit: Jörg Gabert
- 7 Fixsterne Bach und Mendelssohn: Gabriela Montero

Titel

8 Probleme des Sponsorings: Wer hierzulande erfolgreich Geld von Unternehmen einwirbt, wird mit Zuschusskürzungen »belohnt«. Doch ist das nur eine der Nöte mit dem Kultursponsoring. Weitere sind etwa Versuche der Einflussnahme, das schlechte Image eines Sponsors oder krisenbedingte Turbulenzen. – Ein Überblick mit Beispielen aus Deutschland und Großbritannien

14 Groß- und Kleinsponsoren: Das Gewandhaus und sein Orchester haben drei Großsponsoren, die Dresdner Staatskapelle oder die Wiener Philharmoniker jeweils einen. Kleinere Orchester dagegen können einzig auf die Unterstützung durch viele Kleinunternehmen bauen. – Ein Vergleich des Leipziger Modells mit dem anderer Orchester und Kulturhäuser

20 Sport versus Kultur: Mit vier Milliarden Euro sponserte die deutsche Wirtschaft im vergangenen Jahr den Sport, während sich die Kultur mit gerade einmal zehn Prozent dieser Summe zufriedengeben musste. Allerdings gibt es auch Gemeinsamkeiten in den Sponsoringzielen, und sei es nur die Kundenbindung. – Eine Gegenüberstellung von Sport- und Kultursponsoring

26 Vom Paten zum Sponsor: Im Umgang mit Wirtschaftsunternehmen war das Gewandhaus schon vor 1990 geübt. »Patenchaftsvertrag« hieß die Frühform des Sponsorings in Zeiten der DDR-Mangelwirtschaft. Umso überraschender, dass der Übergang zum modernen Sponsoring der 90er Jahre eher schwerfällig geriet. – Eine kleine Gewandhaus-Sponsoringhistorie

Interview

30 Manfred Kirchgeorg ist einer der führenden Marketingexperten. Für das Kultursponsoring sieht der Wissenschaftler eine gute Zukunft und plädiert zugleich für Transparenz und Behutsamkeit. Gehe es in den meisten Fällen doch um historisch gewachsene Institutionen. – Ein Gespräch über das Miteinander von Kultur und Wirtschaft



14

Gewandhaus-Großsponsor Porsche:
Vertragsunterzeichnung August 2011



20

Vorn die Biermarke, hinten das Ensemble:
Fußballtrikot des Gewandhausorchesters



30

Manfred Kirchgeorg: »Ich sehe eine gute
Zukunft für das Kultursponsoring«

Musikstadt heute

38 Leipzig – eine Musikstadt? Drei Fragen an den Cellisten
Lynn Harrell

Gewandhaus gestern

46 August Wilhelm Julius Rietz: Am 28. Dezember 1812 erblickte er in Berlin das Licht der Welt. 35 Jahre später kam er als Theaterkapellmeister nach Leipzig und übernahm ein Jahr darauf zusätzlich die Musikdirektion der Gewandhauskonzerte und der Singakademie. – Eine freundlich-kritische Würdigung des Cellisten, Dirigenten und Komponisten anlässlich seines 200. Geburtstages

52 Henriette Büнау geb. Grabau: Ein Brief der ersten Gesangslehrerin am Leipziger Konservatorium vom 22. Oktober 1843, die Aufnahmeprüfung von Louise Hennigsen betreffend. – Erstveröffentlichung aus dem Nachlass Ludwig Hopfs

56 Karl Wilhelm August Porsche: Der in Zittau geborene Rechtsanwalt betreute als Stadtrat in Leipzig unter anderem die Ratsmusik und war von 1831 bis zu seinem Tod 1840 Mitglied der Gewandhaus-Konzertdirektion. – Ein Gedenkblatt

Kunst et cetera

- 34** Musik im Bild: Paolo Veroneses »Hochzeit zu Kana«
- 40** Kontrapunkt: Martin Hoffmeisters CD-Kolumne
- 42** Foto-Magazin: Brahms-Requiem am 28. Juni 2012
- 51** Felix Ludwig: Lakonische Lyrographie
- 62** Weitwinkel: Ausgewählte Kulturtipps

Rubriken

- 58** Rätsel-Magazin: Wer hat das fiktive Interview gegeben?
- 60** Kalender: Konzerte des Gewandhausorchesters im Herbst
- 63** Adressen und Impressum
- 66** Gewandhausmusiker: Das aktuelle Register
- 68** Fünfzig Hefte später: Johann-Georg Baumgärtel

Titelfoto: Gert Mothes