

Sitzungsvorlage

SV-7-1211

Abteilung / Aktenzeichen

41-Kultur/

Datum

14.11.2008

Status

öffentlich

Beratungsfolge

Sitzungstermin

Ausschuss für Schule, Kultur, Sport und Gesundheit

02.12.2008

Betreff **Kultursponsoring für die Kulturangebote des Kreises Coesfeld**

Beschlussvorschlag:

Der Bericht wird zur Kenntnis genommen.

Begründung:

I. –V.

Am 07.05.08 wurde die Verwaltung durch den Kreistag beauftragt, weitere Möglichkeiten der Akquisition privater Finanzmittel für die Kulturangebote und die Kulturgüter des Kreises Coesfeld zu prüfen. Dem Beschluss war der Antrag der SPD vom 14.04.08 vorhergegangen, ein Kultursponsoring für die Kulturangebote und die Kulturgüter des Kreises Coesfeld zu prüfen.

Die Kulturabteilung hat bereits in den vergangenen Jahren nur durch die Akquisition von privaten Finanzmitteln eine Vielzahl von Projekten realisieren können, da die zur Verfügung stehenden Haushaltsmittel des Kreises Coesfeld hierzu nicht ausreichen.

Dies gilt insbesondere für das Münsterlandfestival. Durch Zuwendungen und Sponsoring konnten in den letzten vier Jahren ca. 800.000 € in hochkarätige Kunst und Kultur im gesamten Münsterland investiert werden. Hauptförderer waren das Land NRW, die LWL-Stiftung, der LWL, die Aktion Münsterland, die Sparkasse Westmünsterland und die Stiftung Westfaleninitiative. 2008 konnte durch eine aktive Anwerbung und durch eine bewusste Platzierung von ausgewählten Veranstaltungen in der Stadt Münster die Sparkasse Münsterland Ost als neuer Sponsor für das Festival gewonnen werden. Die Zusammenarbeit mit den Sparkassen Westmünsterland und Münsterland Ost war außerordentlich positiv und konstruktiv, was für die Zukunft auf die Fortsetzung der Kooperation hoffen lässt.

Ebenso konnte durch das überzeugende Konzept des Festivals für das Jahr 2008 eine beachtliche Förderung durch das Polnische Institut Düsseldorf gesichert werden. Zur Zeit befindet sich das Münsterlandfestival pART 5 in der Vorplanung, was bedeutet, dass nicht nur Künstlerinnen und Künstler aus der Festivalregion (Dänemark, Schweden und Norwegen) ausgewählt werden, sondern ganz gezielt auch neue Sponsoren, die einen Bezug zum Festivalthema haben, angesprochen werden.

Weiterhin konnten in diesem Jahr 8.000 € für die Erstellung des Katalogs zur Picasso-Ausstellung von einer privaten Familienstiftung und der Sparkasse Westmünsterland eingeworben werden.

Ein Beispiel für ein dauerhaftes Engagement bei der Kulturarbeit des Kreises Coesfeld ist die Unterstützung durch die Kulturstiftung der Westfälischen Provinzialstiftung. Seit vielen Jahren wird der Ausstellungskatalog „Forum – Aktuelle Kunst in der Burg Vischering“ von ihr gefördert.

Als Beispiel für gelungenes Kultur-Sponsoring darf auch die Zusammenarbeit des Kreises Coesfeld und der Kammermusikvereinigung mit dem Klassiklabel NAXOS im Jahr 2007 gelten. Nachdem wir in den Vorjahren in Projekten wie „Arte turca“ und „Beyond the Pond“ kooperiert hatten, haben wir das komplette Programm der Schlosskonzerte Nordkirchen 2007 gemeinsam gestaltet. Das Label NAXOS, dessen deutsche Niederlassung in Münster angesiedelt ist und das zu den führenden Anbietern von Klassik-Tonträgern weltweit zählt, beging in 2007 sein 20-jähriges Firmenjubiläum. Auf unseren Vorschlag hin wurde dies mit den NAXOS-Kammerkonzerten in Nordkirchen gefeiert, bei denen renommierte Exklusivkünstler des Labels auftraten. NAXOS beteiligte sich organisatorisch und finanziell an der Vorbereitung, Durchführung und Vermarktung der Konzerte, steuerte sein Know-how (Abteilungen Artist & Repertoire, PR und Graphik) sowie eigens gestaltete Informationsmaterialien

bei. Für den Kreis Coesfeld ergaben sich dadurch zudem ausbaufähige Kontakte zu Künstlern, Ensembles und Agenturen.

Auch in den kulturverwandten Bereichen geht die Kreisverwaltung den Weg über Sponsoring, so wird einmal pro Jahr die Gala zum Sportmedienpreis veranstaltet – ein Event, das allein durch die Sparkasse Westmünsterland finanziert wird.

Die Beispiele zeigen, dass die Akquise von Sponsoren dann besonders erfolgreich ist, wenn es um außergewöhnliche, innovative und öffentlichkeitswirksame kulturelle Projekte geht. Für die zukünftige Einwerbung von Sponsoren gilt daher, zuvor qualitativ hochwertige Projektvorschläge zu entwickeln. Die Frage, wer als Sponsor gewonnen werden kann, ist daher nur im jeweiligen Einzelfall zu beantworten. Von besonderem Nutzen für eine Akquise ist in jedem Fall ein von der Kulturabteilung im Laufe der Jahre geschaffenes Netzwerk.

Die alltägliche Kulturarbeit, also die "kulturelle Grundversorgung", ist bei Sponsoren dagegen nicht von besonderem Interesse. Dies gilt beispielsweise für kulturgeschichtliche Vortragsreihe des Kreises, obwohl diese ein breites Publikum anspricht. Solche gleichwohl unverzichtbaren Kulturveranstaltungen werden auch in Zukunft im Wesentlichen durch die öffentliche Hand finanziert werden müssen. Es wird geprüft, ob die Sparkassenstiftung eine dauerhafte Unterstützung gewähren kann.

Da Sponsoren für ihren Beitrag zu kulturellen Veranstaltungen eine Gegenleistung im Sinne eines Marketings verlangen, ist bei der Akquise von Sponsoren stets Folgendes zu beachten:

Kulturelle Vielfalt und Gestaltungsfreiheit müssen dabei gewährleistet bleiben. So sollen die Ziele und kulturellen Inhalte partnerschaftlich erarbeitet werden. Problematisch ist hingegen eine inhaltliche Vorgabe durch den Sponsor oder ein Sponsoring im Wege des „Product placement“, wenn also die Platzierung von bestimmten Produkten in Inszenierungen, Konzerten oder Ausstellungen gefordert wird – ohne dass es dabei einen logischen inhaltlichen oder praktischen Zusammenhang gäbe. Dies würde vom Publikum als Produkt- oder gar Kaufempfehlung empfunden, was nicht mit der gebotenen Neutralität der Kreisverwaltung vereinbar wäre.

Die Akquisition der Sponsoren, die Pflege der Partnerschaft, das individuelle Eingehen auf deren Wünsche und Anregungen müssen in einem angemessenen Verhältnis der materiellen Unterstützung durch den jeweiligen Sponsor und dem Zeitaufwand der Kulturabteilung stehen.

Bei aller positiven Bewertung von Kultursponsoring muss ein Grundstock der Finanzierung aus öffentlichen Mitteln bereit gehalten werden, um eine Unabhängigkeit der Kulturarbeit des Kreises Coesfeld zu gewährleisten. Diese öffentliche Aufgabe hat eine wichtige soziale Funktion und benötigt eine verlässliche Finanzierung. Sponsoring ist zudem nur bedingt planbar; die Kooperationsmöglichkeiten sind nur im Ausnahmefall über Jahre absehbar, da Unternehmen ihre Etats in der Regel vergleichsweise kurzfristig einsetzen. Dennoch: Die Fülle der Kulturveranstaltungen des Kreises Coesfeld wäre ohne die Hilfe von Sponsoren so nicht möglich.