

& Stiftung Sponsoring

Ausgabe 6|2011

Das Magazin für Nonprofit-
Management und -Marketing



www.stiftung-sponsoring.de

WIE ENTWICKELN SICH DIE MÄRKTE? ORIENTIERUNGEN FÜR DIE VERMÖGENSANLAGE

GESPRÄCH

Moraltheologe Johannes Hoffmann zu den Dimensionen und Kriterien einer ethischen Bewertung von Unternehmen und Kapitalanlagen

AKTUELLES

Social Spot Award 2011: Die Preisträger sind gekürt. Erfreuliche Resonanz und Qualität der Beiträge sorgen für Fortsetzung des Wettbewerbs

SCHWERPUNKT

Anhaltende Finanz- und Schuldenkrisen erfordern bei Stiftungen neue Wege in Management, Vermögensverwaltung und Mittelbeschaffung



Musik passt ins Konzept: Die Förderung von Kindern und Jugendlichen ist ein zentrales Ziel in der CR-Strategie der ERGO Versicherungsgruppe.

REGIONALITÄT IM TREND

Gemeinschaftliche Kulturförderung von Unternehmen und Kommunen

von Amelie Merten und Babette Sybertz, Düsseldorf

Kultur zu gestalten ist eine Sache von Politik und Gesellschaft gleichermaßen. Längst sind sich immer mehr Firmen ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und setzen in diesem Zusammenhang auf die Förderung der Kultur. Ein oftmals lohnenswertes Engagement, welches das Unternehmen auch bestens am Standort positioniert. Eine Zusammenarbeit mit Kommunen eröffnet weitere Möglichkeiten.

Eigentlich liegt es auf der Hand, dass die Gemeinde und ortsansässige Unternehmen sich zusammentun. Denn gemeinsam lässt sich bekanntlich mehr erreichen. Erst recht, wenn es um Kultur geht. Schließlich liegt deren Förderung – und damit die der Attraktivität des gemeinsamen Standorts – beiden gleichermaßen am Herzen.

Die Situation der meisten öffentlichen Haushalte gefährdet zunehmend die Kulturförderung in den Städten und Gemeinden. Hier fehlt es immer öfter an den notwendigen Geldern zur Unterstützung, Erhaltung oder zum Ausbau kultureller Einrichtungen und Projekte. Gleichzeitig haben die Unternehmen den Wunsch, sich an ihrem Standort sinnvoll einzubringen. Wenn die Beteiligten zusammenfinden und gemeinsam an einem Strang ziehen, kann sich hier eine überaus fruchtbare Beziehung entwickeln, die dazu beiträgt,

Kultur als eigenständigen Wirtschaftsfaktor für Stadt oder Region zu stärken.

MUSIKALISCHE BASISARBEIT ALS KOOPERATIONSPROJEKT

Ein Beispiel dafür, wie das gemeinsame Engagement von Kommune und Unternehmen erfolgreich funktionieren kann, zeigt sich in Düsseldorf. In den letzten fünf Jahren hat sich in Nordrhein-Westfalens Landeshauptstadt ein in dieser Dimension bundesweit beispielhaftes Projekt zur musikalischen Bildung von Grundschulkindern etabliert: Die „SingPause“ ist ein Kooperationsprojekt von städtischem Kulturamt, Schulverwaltungsamt und dem Städtischem Musikverein zu Düsseldorf und erreicht inzwischen 11.500 Kinder an 55 Schulen – das entspricht etwa zwei Dritteln aller Grundschüler in der Stadt. Damit leistet die „SingPause“ als zentraler Baustein des städtischen Gesamtkonzepts zur kulturellen Bildung und Förderung der Kreativität von Kindern und Jugendlichen musikalische Basisarbeit. Die ERGO Versicherungsgruppe fördert das Projekt seit 2009.

Das Konzept der „SingPause“ ist verblüffend einfach: Anders als ihr Name vermuten lässt, findet sie vormittags während des regulären Unterrichts statt und erreicht alle Schüler – unabhängig von Herkunft, musikalischer Vorbildung, sozialer

Schicht oder Religion. Zweimal pro Woche kommen ausgebildete Gesangslehrer für jeweils 20 Minuten in die beteiligten Grundschulen und vermitteln den Kindern musikalische Grundkenntnisse, machen Stimmübungen und studieren ein festes Lieder-Repertoire ein. Ziel ist eine solide und ausbaufähige Grundbildung und vor allem das Wecken von Freude und Begeisterung für das Singen bei den Kindern. „Ganz nebenbei“ sollen auch Sozialverhalten, Rücksichtnahme, Konzentration und (Zu-)Hörfähigkeit verbessert werden.

DEUTSCHLANDS GRÖSSTER KINDERCHOR

Am Ende der vierjährigen Grundschulzeit haben die Kinder gelernt, ihre Stimme als vollwertiges Musikinstrument zu nutzen, können Noten lesen und vom Blatt singen. Zudem haben sie sich ein umfangreiches internationales Volkslieder-Repertoire erarbeitet. Das Projekt gipfelt alljährlich in einem gemeinsamen Abschlusskonzert im Düsseldorfer Konzerthaus „Tonhalle“. Da alle Kinder die gleichen Lieder, die gleichen Bewegungen und Umsetzungen der Aufforderungen der Musikpädagogen gelernt haben, wird die Tonhalle an diesen Tagen zu einer beeindruckenden Bühne für Deutschlands größten Kinderchor – ohne dass alle Chormitglieder jemals zuvor gemeinsam geprobt haben. Das Interesse und die Begeisterung der Düsseldorfer Grundschulen an diesem kulturellen Förderprojekt sind nach wie vor ungebrochen.

Die finanzielle Grundlage der „SingPause“ bildeten anfangs Zuschüsse aus dem Kulturretat der Stadt und Spenden an den Städtischen Musikverein. Heute finanziert sich die Initiative aus drei Quellen: aus dem Kulturretat in Form eines Zuschusses an den Musikverein, aus Mitteln des Schuletats für den Offenen Ganzttag (zusammen 400.000 €) und aus Spenden und Sponsorenmitteln von Unternehmen (150.000 €). Im Jahr 2010 beliefen sich die Kosten für die „SingPause“ auf 500.000 €, 2011/2012 werden es 550.000 € sein. Darin enthalten sind die Honorare der inzwischen 35 Singleiter, deren Fortbildung, die Aufführungen in der Tonhalle und die Kosten für musikpädagogisches Material sowie die Koordinationsarbeiten.

MUSIK PASST INS KONZEPT

Das regionale Projekt ist ein maßgeblicher Baustein in der CR-Strategie des Unternehmens ERGO. Ihr soziales Engagement konzentriert die Versicherungsgesellschaft auf die vier Themenbereiche „Bildung/Wissenschaft“, „Gesundheit/Sport“, „Musik“ und „Soziale Projekte“. Im Mittelpunkt der Aktivitäten stehen vor allem junge Menschen und deren Förderung. Damit passt die „SingPause“ genau ins Konzept: Sie hilft Kindern, Zugang zur Musik zu finden und unterstützt deren Entwicklung. Gleichzeitig findet die Aktivität am Hauptsitz des Unternehmens statt. Damit übernimmt ERGO gesellschaftliche Verantwortung vor Ort.



Deutschlands größter Kinderchor: Die „SingPause“ gipfelt alljährlich in einem großen Abschlusskonzert in der Düsseldorfer Tonhalle.



KURZ & KNAPP

Das Beispiel „SingPause“ zeigt, wie einem Unternehmen der Dreiklang zwischen gemeinschaftlicher Kulturförderung mit der Kommune, regionaler Präsenz und gesellschaftlichem Engagement erfolgreich gelingen kann. Hilfreich dabei sind Düsseldorfs weit über die Stadtgrenzen hinaus bekanntes Renommee als Musikstadt und die zahlreichen

Fotos links: Das Projekt erreicht inzwischen 11.500 Kinder an 55 Düsseldorfer Grundschulen und leistet dort musikalische Basisarbeit – unabhängig von Herkunft, musikalischer Vorbildung, sozialer Schicht oder Religion.

Musiklehreinstitute für Laien- und Berufsausbildung. Da sich sowohl das städtische Kulturamt, als auch ERGO die kulturelle Förderung von Kindern und Jugendlichen auf die Fahnen geschrieben haben, entsteht hier ein stimmiges Gesamtbild. Laut aktuellem Kulturreport besuchten in den Jahren 2009 und 2010 jeweils 3,6 Mio. Besucher die Düsseldorfer Kultureinrichtungen. In dieser Zeit stieg auch die Zahl der kulturinteressierten Kinder und Jugendlichen auf 920.000 an. Zum Vergleich: 2008 waren es noch 858.000. Letztlich profitieren also alle: Die Einwohner und Gäste der Stadt, ihre kulturellen Einrichtungen und die ansässigen Unternehmen – und nicht zuletzt die Kinder und Jugendlichen selbst. ■

Dieser Beitrag ist Teil einer Artikelreihe, in der das vielseitige Kultursponsoring-Engagement anhand von Best-Practice-Beispielen vorgestellt wird.

ZUM THEMA

im Internet

www.kulturkreis.eu/aks

www.singpause.de

in Stiftung&Sponsoring

Schaub, Ralf / Schirmer, Heike: Buy, make or collaborate. Entscheidungshilfen für das soziale Engagement von Unternehmen, S&S 4/2011, S. 26-27

Amelie Merten und Babette Sybertz sind Mitarbeiterinnen im Bereich Corporate Responsibility der ERGO Versicherungsgruppe AG, amelie.merten@ergo.de, barbara.sybertz@ergo.de, www.ergo.com/engagement



Wir sorgen für Orientierung in der Welt der Gemeinnützigkeit!

&Stiftung &Sponsoring

Seit 1998 ist „Stiftung&Sponsoring“ das führende Fachmagazin für Non-Profit-Management und -Marketing und widmet sich dem gesellschaftlich wichtigen Feld gemeinnütziger Aktivitäten.

Das Magazin erscheint alle zwei Monate und bietet mit seinem breiten Themenspektrum ein

praxisorientiertes Forum für Informationen, Grundlagen- und Fachwissen im Dritten Sektor.

Überzeugen Sie sich von der Qualität des Magazins! Nutzen Sie unser Angebot und testen Sie zwei Ausgaben gratis! Einfach das Formular ausfüllen und per Fax oder Post zurückschicken.

Ja, ich möchte 2 x Stiftung&Sponsoring gratis bestellen:

NAME, VORNAME

STRASSE/HAUSNUMMER

TELEFON

ORGANISATION

PLZ/ORT

EMAIL

Bitte schicken Sie mir die beiden nächsten Ausgaben kostenlos und frei Haus. Wenn ich Stiftung&Sponsoring danach weiterlesen möchte, brauche ich nichts weiter zu tun. Ich erhalte dann 6 Ausgaben im Jahr zum Vorteilspreis von derzeit 126,80 € inklusive MwSt. und Versand (statt 6 x Einzelheft zu je 22,00 € zzgl. Versandkosten). Ansonsten genügt eine kurze Mitteilung an den Verlag bis drei Wochen nach Erhalt des zweiten Heftes.

- Ich zahle gegen Rechnung
- Ich zahle bargeldlos per Bankeinzug

Der Bezug verlängert sich um jeweils ein weiteres Jahr, wenn ich nicht acht Wochen vor Ablauf schriftlich kündige.

Widerrufsrecht: Die Bestellung kann ich binnen 2 Wochen nach Bestelldatum (rechtzeitige Absendung genügt) schriftlich beim Stiftung&Sponsoring Verlag, Bleichestraße 305, 33415 Verl, widerrufen.

KONTONUMMER

BANKLEITZAHL

DATUM, UNTERSCHRIFT

Fax: 05246 9251010
oder nutzen Sie unser Bestellformular unter www.stiftung-sponsoring.de