

Was Sponsoren positiv stimmt

Ohne finanzielle Unterstützung könnte kein Musiktag mehr stattfinden

Das Durchführen eines Musiktages war für die Vereine schon vor dreissig Jahren ein Kraftakt, aber wenigstens ein rentabler. Heute würde ein Verein ohne Sponsoring tief ins Defizit abrutschen. Warum unterstützen eigentlich Firmen einen Musiktag, so wie er in Oberbuchsitzen bevorsteht?

ALOIS WINIGER

«Sponsoring» heisst das Zauberwort, allerdings ein strapaziertes. So stark sogar, dass ein Gewerbler jüngst ausrief: «Ich kanns schon nicht mehr hören.» Aber von so etwas durften sich die Verantwortlichen der Musikgesellschaft Konkordia Oberbuchsitzen nicht beirren lassen, als sie Anfang letzten Jahres für die Regionalmusiktage 2009 auf Sponsorensuche gingen. «Wir kamen nach dem Start eigentlich ganz gut voran», berichtet Sponsoring-Chef Markus Koch. Gegen Ende letzten Jahres jedoch, als es darum ging, noch kleinere Beiträge herinzuholen, sei es hart geworden. «Viele Unternehmer sagten uns, sie würden halt jetzt das Geld selber brauchen.»

Sich gut überlegen

Auch die beiden Oberbuchsiter Gewerbebetriebe, Roman Berger, Gartenbau, und Schreinerei Tschumi, bekommen fast täglich Anfragen für Beiträge aller Art. Dass sie sich nun als Co-Sponsoren für die Musiktage engagieren, habe man sich gut überlegen müssen. «Es sind immerhin 3000 Franken, und die muss man zuerst verdienen», sagt Roman Berger. Es sei die Sympathie zum Verein und zur Kultur, die

letztlich entscheidend gewesen war. Sinn gemäss drückt sich Jürg Tschumi aus. «Meine Familie ist direkt mit dem Verein verbunden», sagt er. Und was erwarten die Unternehmer als Gegenleistung? Es gehe ihnen vorderhand um die Imagepflege, lautet die übereinstimmende Antwort. Dass sich der eine oder andere Auftrag daraus ergibt, wünsche man sich natürlich auch.

Sogar mit mehreren Vereinen direkt verbunden ist Emil Bolli von Murbach Musik AG in Egerkingen. Die Musikantinnen und Musikanten werden bei den Auführungen auf Rhythmusinstrumenten spielen, die er bereitstellen wird. «Wir geben nicht Geld, sondern verrechnen unseren Beitrag über die Instrumentenmiete.»

Mehr oder weniger verankert

Kulturförderung sowie die regionale Verankerung werden vonseiten der Migros Verteilbetriebe AG in Neuendorf als Grund fürs Engagement genannt: Schliesslich sind dort 1100 Personen aus der näheren und weiteren Umgebung beschäftigt. Praktisch dieselben Beweggründe sind es für die Firma Jura AG in Niederbuchsitzen.

Sich hingegen noch etwas besser verankern in der Region möchte sich die Eichhof-Brauerei, weshalb sie einen Sponsoringvertrag abgeschlossen hat, wie der dafür zuständige Iwan Gisler erklärt. «In den Bezirken Thal und Gäu sehen wir noch Potenzial für unser Bier.» Als Hauptsponsor schliesslich tritt die Raiffeisenbank auf. «Musik hat bei uns Tradition und viele Vereinsmitglieder sind bei uns Genossenschafter», schickt Andreas Furrer voraus. Er ist Vorsitzender der Bankleitung Raiffeisen Gäu-Bipperamt und diese tritt als Haupt-



ORGANISATOREN Die «Konkordia» Oberbuchsitzen führt den Anlass durch. BRUNO KISSLING



SPONSOREN (h.v.l.): Marco Schneider, Eichhof; Jürg Tschumi, Schreinerei; (v.) Urs Ackermann und Hans Kuhn, Migros-Verteilbetriebe; Roman Berger, Gartenbau; Andreas Furrer, Raiffeisenbank; Emil Bolli jr., Murbach Musik URS LINDT

sponsor der Regionalmusiktage auf. «Den Anlass mit den Schulen und der Dorfbewölkerung vom Freitag dagegen unterstützt die örtliche Raiffeisenbank», führt Furrer aus.

Insgesamt steuern Sponsoren gut 40 000 Franken an die Regionalmusiktage Oberbuchsitzen bei. «Ohne diese Unterstützung wäre die Durchführung gar nicht

möglich», sagt Sponsoring-Chef Markus Koch. «Was für ein Unterschied zu den Musiktagen vor zwanzig, dreissig Jahren», schiebt Alfons von Arx, OK-Präsident der Musiktage, nach. Damals habe man das Wort Sponsoring noch gar nicht gekannt. «Da stand auf dem Festareal etwa ein Kühlwagen mit dem Namen des Bieres drauf. Damit hatte es sich.»