

Sponsor Visions II

FASPO ehrt Manuela Rousseau und vergibt sechs Awards



M. Rousseau, Beiersdorf, und FASPO-Präsident Bernd Reichstein

Im Rahmen der Präsentation der 'Sponsor Visions 2008' veranstaltete der **Fachverband für Sponsoring (FASPO)** wieder ein Sponsoring-Symposium. In diesem Jahr gab **Christoph Neuhäus**, Gesamtprojektkoordination öffentliche Hand UEFA EURO 2008 (Bundesamt für Sport (BASPO), Schweiz) mit Fachkenntnis und einem Schuss Selbstironie einen Überblick über die Planungen zur Fußball-EM in der Schweiz. Es folgte **Annemarie Meyer** von der Großbank **UBS**, die über das Public Viewing-Konzept des Nationalen EM-Förderers berichtete. Insgesamt sind 16 'UBS Arenen' außerhalb der so genannten Host Cities geplant. UBS habe zwar keine Vergangenheit im Fußball, aber eine im Bereich Großevents, so Annemarie Meyer. Sie wies daraufhin, dass sich auch deutsche Firmen noch in das Projekt einklinken können, um sich an den verschiedenen Veranstaltungsorten zu präsentieren.

Im Anschluss wurde der Blick der Teilnehmer auf ein weiteres Großevent in diesem Jahr gelenkt: An der Podiumsdiskussion 'Olympische Spiele 2008' nahmen **Axel Achten** (Deutsche Sportmarketing GmbH), **Irene Thomas** (Finanzgruppe Deutscher Sparkassen- und Giroverband) und **Michael Ashelm**, ('FAZ' Sportressort) sowie als Moderator **Dr. Dieter Mussler** (Mussler & Felten) teil. Es wurde nicht nur über den Nutzen der Olympia-Werte für die eigene Image-Pflege gesprochen, sondern auch über die Auswirkungen von Doping und Menschenrechtsverletzungen auf die Spiele. In diesem Zusammenhang wurde auf die Verantwortung der Sponsoren verwiesen, die ebenfalls ihren Beitrag zur Doping-Bekämpfung leisten sollten.

Hall of Fame des Sponsoring

Im Anschluss an das Symposium verkündete der FASPO die Aufnahme von **Prof. Manuela Rousseau** in die 'Hall of Fame des Sponsoring'. Die Leiterin Corporate Social Responsibility der Beiersdorf AG ist die erste Frau, der diese Ehre zuteil wird. Bis dato gehörten nur männliche Sponsoring-Protagonisten wie z.B. Franz Beckenbauer, Günter Mast oder Horst Dassler dazu.

Besonders die Vielfalt der Aktivitäten, mit denen Manuela

Rousseau neue Impulse im Kultursponsoring setzt, beeindruckte die Jury: Neben ihrer Tätigkeit bei Beiersdorf ist sie Mitglied im Kulturausschuss der Handelskammer Hamburg und im Vorstand des Arbeitskreises Kultursponsoring des BDI. Seit 1992 lehrt sie als Professorin für Fundraising und PR am Hamburger Institut für Kultur und Medienmanagement. In ihrer Laudatio erklärt Hamburgs Kultursenatorin **Prof. Dr. Karin von Welck**: „Immer braucht es Persönlichkeiten, die überzeugt sind, dass Kultur wichtig für ein Unternehmen ist und die Position, die Kompetenz und die Leidenschaft haben, dieser Bedeutung nach Innen und Außen eine gewichtige Stimme zu verschaffen.“

Internationaler Sponsoring Award

Im Anschluss an die Ehrung von Manuela Rousseau verlieh der FASPO den 15. Internationalen Sponsoring Award. Im Bereich Sport siegte **T-Systems**. Die Geschäftskundentochter der Deutschen Telekom wurde für ihr Engagement beim südafrikanischen America's Cup-Team Shosholozza mit einem Award belohnt – ein Teil ihrer Drei-Säulen-Strategie im Segelsport. Jeweils eine Auszeichnung erhielten die WestLB und die Agentur Felten & Compagnie für das 'WestLB Eishockey Sponsorship' sowie Colgate Palmolive und Act Agency für den 'Gard Kitesurf World Cup'.

Im Bereich Public Sponsoring räumte **BASF** mit seiner Agentur **Mussler & Felten** ab. Der Preis wurde für das Projekt 'You are the Champions' verliehen, das ehrenamtliche Helfer im Breitensport im Rahmen eines Großevents feierte.

Die Kategorie Mediensponsoring ging in diesem Jahr leer aus. Aber immerhin konnte Audi als Hauptsponsor des Portals Mygolf.de (Deutsche Golf Online GmbH) eine Auszeichnung aufgrund dieses „zeitgemäßen Mediensponsorings“ entgegennehmen.

Der **Hamburger Sportverein (HSV)** und das Unternehmen **Phonak** bekamen jeweils einen Award in der Kategorie 'Innovative Konzepte' überreicht. Die HSV-Initiative 'Hamburger Weg' überzeugte die Jury als „gelungener Brückenschlag zwischen Sport und einem sozialem Thema, sowie als Beispiel für gutes Standortmarketing“. Das globale Projekt 'Hear the World' von Phonak mit so berühmten Testimonials wie Plácido Domingo zeigt, dass der Hörsinn ein kostbares Gut ist, das unbedingt geschützt werden muss. Es fördert aber nicht nur das Bewusstsein für die Themen Hören, sondern klärt auch über die sozialen und emotionalen Konsequenzen eines Hörverlustes auf.

Ebenfalls zwei Awards wurden in der Kategorie Kultursponsoring vergeben. Hier bekamen **BMW**, die **Bayerische Staatsoper** und die Agentur **actori** einen Award für das Projekt 'Oper für alle' überreicht. Neben dem beispielhaften Veranstaltungskonzept hob die Jury auch das hochprofessionelle Sponsoringmodell der Bayerischen Staatsoper hervor. Über die zweite ISATrophäe freuten sich **Reemtsma** und seine Agentur **Scholz & Friends**. Mit dem Projekt 'Cabinet-Preis' fördert der Zigarettenhersteller die Leipziger Lachmesse e.V. und die ostdeutsche Kleinkunst – und das bereits seit 1995. Zur Abrundung der Verleihung erhielten die Gäste gleich im Anschluss eine Kostprobe aus dem Programm. (yw)