

Soziales Gewissen im Etat

Unternehmen unterstützen mit Sponsoring auch Kinder- und Jugendarbeit

Karlsruhe/Bonn/Berlin. Sponsoring statt Spenden – nach der jüngst veröffentlichten Langzeitstudie „Sponsoring Trends“ der Bonner Agentur BBDO Live ist Sponsoring eines der wichtigsten Instrumente für das sogenannte Corporate Social Responsibility (CSR).

Damit gemeint ist die gesellschaftliche Verantwortung, der die befragten knapp 600 Unternehmen in Deutschland gerecht werden wollen. Fast jedes zweite Unternehmen integriert einzelne Projekte oder das gesamte Sponsoring in CSR-Programme. Das Zusammenspiel zwischen Sponsoring und CSR sei somit eindeutig ein langfristiger Trend.

„Die Förderung von Institutionen ist oft mit einer Projektförderung verbunden“, bestätigt Friederike von Reden vom Arbeitskreis Kultursponsoring (AKS) in Berlin. Als

Beispiel nennt sie das bundesweit einzigartige Sponsoringprojekt der BASF „Junges Theater im Delta“, das mit dem Deutschen Kulturförderpreis 2010 ausgezeichnet wurde. Daran beteiligt sind drei große Häuser in Ludwigshafen, Mannheim und Heidelberg, die auf dem Gebiet der Kinder- und Jugendarbeit kooperieren.

Für Reden ist das ein gutes Beispiel dafür, „dass damit gesellschaftliche Verantwortung übernommen wird“. Für 92 Prozent der Unternehmen ist die Übernahme gesell-

schaftlicher Verantwortung der Hauptgrund für ihr kulturelles Engagement, ergab eine Studie des AKS.

Demnach gaben die gut 300 beteiligten Unternehmen im Schnitt gut 300 000 Euro jährlich für Kultursponsoring aus. Insgesamt rechnet der AKS damit, dass für Kultursponsoring rund 350 Millionen Euro ausgegeben werden. Zum Vergleich: Die öffentliche Hand steuert circa acht Milliarden Euro für Kultur bei. Auch während der Krise haben laut Reden die Unternehmen an

bestehenden Engagements festgehalten, inzwischen sei sogar eine vorsichtige Aufbruchstimmung spürbar. Trotzdem: Nach den „Sponsoring Trends“ ist das Budget für Kunst- und Kultursponsoring stark gesunken. Außerdem prognostizieren nur noch 17 Prozent der Unternehmen dieser Sparte einen Bedeutungszuwachs, während es vor zwei Jahren noch über 25 Prozent waren.

Spektakuläre Fälle aus der jüngeren Vergangenheit belegen diesen Trend: Der Energiekonzern EnBW sprang als Sponsor des Berli-

ner Theatertreffens ab, VW zog sich bei der Deutschen Oper in Berlin zurück, und Mercedes-Benz beendete seine Unterstützung für das Adolf-Grimme-Institut.

Gewinner der aktuellen Studie sind dagegen Öko- und Bildungssponsoring, denen jeweils von knapp drei Vierteln eine rosige Zukunft prophezeit wird. Bei den beliebtesten Sponsoringarten rangiert nach wie vor mit deutlichem Vorsprung das Sportsponsoring an erster Stelle – vier von fünf Unternehmen nutzen dieses Instrument.

Rund 4,2 Milliarden Euro betrug das gesamte Sponsoring-Volumen im vergangenen Jahr in Deutschland. Insgesamt 2,6 Milliarden Euro davon flossen in Fußball und Co, wie die Studie „Sponsor Visions“ ergeben hatte. Florian Konrad



OPERNSTAR IM FESTSPIELHAUS: Nicht zuletzt dank der Unterstützung von Sponsoren können renommierte Künstler wie der Sänger Rolando Villazón in Baden-Baden bestaunt werden. Foto: dpa

Vom Bambi bis zum „Singenden Kindergarten“

Einige Beispiele für Kulturförderung aus dem Südwesten

Von unserem Redaktionsmitglied Florian Konrad

Karlsruhe/Baden-Baden/Gaggenau. Die Unterstützung kultureller Veranstaltungen und Projekte steht auch bei in der Region ansässigen Unternehmen hoch im Kurs, wie folgende Beispiele exemplarisch zeigen sollen.

So stellt etwa die Daimler AG bei der Verleihung des legendären Bambi den Fahrservice für Preisträger und Laudatoren. Auch beim Filmpreis „Goldene Kamera“ befördert die Marke mit dem Stern die Stars, rund 80 Limousinen stellt der Autobauer dafür zur Verfügung. Das Engagement bei diesen bekannten Events ist Bestandteil der Sponsoring-Richtlinie der Daimler AG. Diese, so teilt der Autobauer mit, solle gewährleisten, dass „unsere Zuwendungen bestehende rechtliche Bestimmungen und ethische Standards erfüllen“.

Besonders am Herzen liege dem Weltkonzern die Förderung von Bildung, Umwelt, Kunst und Kultur an den verschiedenen Standorten. Aktuelles Beispiel aus der Region: Im Unimog-Museum in Gaggenau präsentiert die Daimler-Kunstsammlung noch bis

zum morgigen Sonntag die Ausstellung „Cars and Art“.

Auch die Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) zeigt ihre kulturelle Ader. Sie ist beispielsweise Partner des Karlsruher ZKM und – über die BW-Bank, die zur LBBW gehört – auch weiterhin Sponsor der beliebten Kunstmesse art in Karlsruhe.

Großen Anteil am Erfolg des Festspielhauses in Baden-Baden hat Wolfgang Grenke, Gründer und Chef des im SDAX notierten Unternehmens Grenkeleasing. Über seine Stiftung übertrug er vor sechs Jahren Grenke-Aktien im Wert 1,27 Millionen Euro an das Opernhaus. Um zukünftiges Publikum früh mit klassischer Musik zu begeistern, unterstützt Grenkeleasing die Aktion „Kolumbus: Klassik entdecken“ – gemeinsam mit der Drogeriemarkt-Kette dm.

Das Karlsruher Unternehmen dm setzt mit seiner Initiative Zukunftsmusiker und dem damit verbundenen Projekt „Singende Kindergärten“ noch früher an. „Dabei geht es nicht um das perfekte Singen, sondern um die Freude daran“, so Beatrice Werner, Ehefrau von dm-Gründer Götz Werner und Initiatorin des Projekts.

Klassik und Gesang bereits in jungen Jahren



BERÜHMTES REH: Daimler fährt die Bambi-Preisträger. Foto: AP

Erneut Wirbel um die Bankberatung

Anlegerschutz verstärkt / Kontogebühren für Darlehenskonten auf dem Prüfstand

Von unserem Redaktionsmitglied Andreas Bühler

Karlsruhe. Die Flut an Beschwerden über unzureichende oder mangelhafte Beratung von Bankkunden ist nicht nur bei den Verbraucherschützern ein Dauerbrenner. Gegen die massiven Proteste der Kreditwirtschaft hat die Regierung nun ein Register für Anlageberater und einen sogenannten Beipackzettel über Risiken, Erträge und Kosten von Anlagen beschlossen. Unter der Federführung der obersten Finanzaufsicht Bafin werden dort die Beschwerden wegen falscher Beratung und Fehler bei der Geldanlage erfasst. Gegen das Register für die mehr als 300 000 Anlageberater lief die Kreditwirtschaft bis zuletzt Sturm. Nun bringen Urteile zur unrechtmäßigen Erhebung von Gebühren für Darlehenskonten neuen Schwung in die Diskussion.

Kürzlich attestierte auch Verbraucherschutzministerin Ilse Aigner den Banken einen schlechten Service und drohte den Instituten mit verdeckten Ermittlern, um die Qualität und Rechtmäßigkeit der finanziellen Beratung überprüfen zu lassen. Zum Thema Verbraucherschutz haben sich nun auch die Verbände in Stellung gebracht. Die Vertreter der Sparkassen- und Genossenschaftsbanken im Südwesten sind dabei

gemeinsam an die Öffentlichkeit gegangen. Deren Institute sind von den Vorwürfen und den neuen Richtlinien in erster Linie betroffen, denn Volksbanken, Raiffeisenbanken und die Sparkassen betreiben mit ihren großen Filialnetzen rund 90 Prozent des Geschäftes mit Privatkunden. Die Registrierung der Kundenbeschwerden gehe zu weit. „Wir wehren uns gegen die gigantische Bürokratie, die mit der Registrierung und der laufenden Pflege dieser Datenbank aufgebaut wird“, wettete Sparkassenpräsident Peter Schneider mit seinem Kollegen Gerhard Roßwog vom Badischen Genossenschaftsverband auf einer gemeinsamen Pressekonferenz.

Berater und Vertriebsmanager werden künftig bei der Bafin registriert und müssen ihre Qualifikation nachweisen. Bei Verstößen kann den Beratern zeitweise die Tätigkeit untersagt werden. Das sieht die Kreditwirtschaft anders: Nicht der Bankberater, sondern den Vorstand sollten Sanktionen treffen. Außerdem greife der Verbraucherschutz bei vielen Details zu weit in die Intimsphäre ein.

Für weitere Aufregung sorgt die Rechtsprechung: Die Klausel „Kontoführungsgebühren für Darlehenskonten“ benachteilige den Verbraucher in unzulässiger Weise, urteilte jetzt das Oberlandesgericht Karlsruhe. Ein Entgelt

für die ausschließlich in ihrem Eigeninteresse liegende Kontoführung dürfe die Bank vom Darlehensnehmer nicht verlangen.

„Die rechtliche Zulässigkeit dieses Entgelts ist unstritten“, bestätigt man beim Sparkassenverband Baden-Württemberg. Der Sprecher verweist auf ein weiteres Verfahren vor dem Oberlandesgericht Stuttgart, bei dem die betroffene Bank als Sieger vom Platz gegangen sei. Gegen das Urteil sei Revision eingelegt worden, so dass in absehbarer Zeit mit einer abschließenden Klärung dieser Streitfrage durch den Bundesgerichtshof zu rechnen sei.

Bei einer Umfrage unter den Banken der Region hielten sich fast alle Institute bedeckt, nur wenige nannten die genauen Gebühren. Die Preisspanne reichte dabei von fünf bis 20 Euro pro Jahr. „Unser Institut berechnet keine Kontoführungsgebühr mehr für Darlehenskonten“, teilt die Sparkasse Pforzheim Calw mit. Fügt jedoch an: „Sämtliche Nebenkosten weisen wir gemäß der Preisangabenverordnung in unseren Darlehensverträgen im Effektivzins aus.“

Heidrun Jakobs von der Schutzgemeinschaft Bankkunden betont dagegen: „Ein Darlehenskonto ist für den Bankkunden nicht von Nutzen – überdies soll er dafür auch noch Gebühren zahlen. Das ist überhaupt nicht im Interesse des Kunden. Deshalb ist es wichtig, dass Klauseln wie Preisangaben in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen auf ihre Rechtmäßigkeit überprüft werden.“

„Überhaupt nicht im Interesse des Kunden“

BGH bestätigt Werbeanrufe-Verbot

Karlsruhe (BNN/dpa). Unerwünschte Werbeanrufe gehen vielen Menschen auf die Nerven; das deutsche Recht stiftet sie sogar als „unzumutbare Belästigung“ und damit als unzulässig ein. Damit sind die Juristen strenger als eine EU-Richtlinie. Und das zu Recht, entschied der Bundesgerichtshof (BGH) am Freitag – und urteilte gegen Telefonanrufe der Krankenkasse AOK.

Die AOK hatte Verbraucher ohne deren Erlaubnis angerufen, um die Werbetrömmel zu rühren. Dagegen hatte die Verbraucherzentrale Sachsen geklagt und nun vor dem BGH Recht bekommen. Denn nach Überzeugung der Karlsruher Richter müssen Verbraucher ihre ausdrückliche Zustimmung zu den Anrufen geben. Die AOK hatte sich zuvor bereits gegenüber den Verbraucherschützern verpflichtet, keine möglichen Kunden mehr mit Werbeanrufen zu belästigen.

Preise für Goldmünzen

Nachfolgend die Schalterpreise in Euro für Ankauf und Verkauf (Wert in Klammern) von Goldmünzen, mitgeteilt von der Sparkasse Karlsruhe mit Stand vom Freitag, 11 Uhr:

Preußen 20 Mark	221,00	(265,00)
Vreneli	176,00	(206,00)
Sovereign	223,00	(256,00)
20 Franc	175,00	(205,00)
4 österr. Dukaten	426,00	(473,00)
1/1 Wiener. Phil.	980,00	(1060,00)
1/1 Nugget	980,00	(1060,00)
1/1 Maple Leaf	980,00	(1060,00)
1 Krügerand	980,00	(1060,00)
Goldbarren 100 Gr.	3194,00	(3305,00)

Inflationsrate steigt auf zwei Prozent

Wiesbaden (dpa). Die hohen Energiepreise haben die Inflationsrate im Januar auf zwei Prozent getrieben. Dies ist der höchste Stand seit Oktober 2008. Das Statistische Bundesamt revidierte seine erste Schätzung

gestern um 0,1 Prozentpunkte nach oben. Verantwortlich für den Anstieg waren vor allem die starken Preiserhöhungen bei Heizöl und Kraftstoffen sowie bei Obst und Gemüse. Beim Strom schlugen sich die Preiserhöhungen zum Jahresbeginn nieder.

Ohne Energie hätte die Januar-Inflationsrate bei lediglich 1,1 Prozent gelegen, betonten die Statistiker.

INVENTA
ART OF LIVING

innovatives Bauen
exklusive Wohnkultur

17. – 20. Februar 2011
Messe Karlsruhe | tägl. 10 – 18 Uhr
www.inventa.info

Giardina KARLSRUHE
Garten & Lifestyle

17. - 20. Februar 2011 | Messe Karlsruhe

www.giardina-karlsruhe.de

RendeVino
DIE WELT DER EDELEN WEINE

DAS ERLEBNIS FÜR GENIESSER UND ENTDECKER

17. – 20. Februar 2011

tägl. 10-19 Uhr | Messe Karlsruhe
www.rendevino.info