

Sozialsponsoring ein „verborgenes Pflänzchen“

Betriebe helfen gemeinnützigen Vereinen / Ulrike Harsch-Markus neue Geschäftsführerin

nn. „Ein Riesenfortschritt ist unser neues Büro und die neue Geschäftsführerin Ulrike Harsch-Markus“, sagt Brunhilde Fröhlich, Mitgesellschafterin der AG Sozialsponsoring. Der Umzug von der Frankstraße in die Bleichstraße 97 war Anlass für einen Tag der offenen Tür und ein Pressegespräch. „Sozialsponsoring ist nicht so bekannt wie das Sponsoring im Sport“, begründete Fröhlich das Pressegespräch. Der Begriff „Sozialsponsoring“ müsse heute weiter geführt werden. Was in Amerika gelebte Praxis ist, müsse in Deutschland erst entwickelt werden. Gerade in Pforzheim ist es besonders schwierig, Sponsoren für soziale Zwecke zu finden. Harsch-Markus sprach bildlich von einem „verborgenen Pflänzchen“, das gepflegt werden müsse. Dabei ist Sozialsponsoring für Pforzheim nichts Neues. Seit 1998 gibt es diese Einrichtung. „Wir haben Sponsoren, die von Anfang an dabei sind“, freute sich Fröhlich. Heute sind es insgesamt 25 Sponsoren, die mit dem Logo der Arbeitsgemeinschaft werben.

Wie Sozialsponsoring aussieht, erklärte Fröhlich. Für 300 bis 3000 Euro kann eine Firma das Logo kaufen, möglich sind auch Sachleistungen. Das kann dann ein Jahr für Werbezwecke benutzt werden. Dem Betrieb bringt es ein verbessertes Image, gesteigerte Mitarbeiterloyalität, motivierte Angestellte und ein verbessertes Betriebsklima. „Es ist mehr als reine Wohltätigkeitsleistung, es ist ein Wettbewerbsvorteil“, erklärte Harsch-Markus die Vorteile für die Betriebe. Selbst ein Preis mit dem Namen „Freiheit und Verantwortung“ ist bundesweit ausgeschrieben.

Vorteil für die Pforzheimer Sponsoren: Das Geld, das die Betriebe für das Logo ausgeben, bleibt auch in der Region. Für die Mitgliedsvereine der AG, Aids-Hilfe Pforzheim, Ambulanter Hospizdienst, Aktionsgemeinschaft Drogen, Behinderten-Initiative, Haus der Familie, Verein Lilith, Pro Familia, Seniorenschutzbund und Individuelle Altenhilfe, ist der Zuschuss aus den Erlösen des Logos eine unabdingbare Notwendigkeit. „Bezahlung von Ho-

norarkräften, Finanzierung von Mieten, Ausstattungsgegenständen, Software und PC ist uns dadurch möglich“, erklärte Harsch-Markus. Knapp 75 000 Euro fehlten den Vereinen, wie sie in einer Studie herausfand.

Ihre Arbeit sieht sie in in der Hauptsache in „Sponsoren finden, betreuen und binden“, Lobbyarbeit für die Vereine, ihre Vernetzung und vor allem Pressearbeit. Seit Februar ist die engagierte 49-Jährige in Teilzeit für die AG tä-

tig. Eines weiß sie aber bereits: „Für Sozialsponsoring braucht man in Pforzheim einen langen Atem“. Wer sich mehr informieren will, kann das im Internet unter www.sozialsponsoring-pforzheim.de tun. OB Christel Augenstein und Landrat Werner Burckhart werben gemeinsam für die gute Sache: „Werden sie Sponsor und unterstützen sie damit wertvolle Dienste, die die in der Arbeitsgemeinschaft zusammengeschlossenen Betriebe leisten“.



„EIN RIESENFORTSCHRITT“ ist für Ulrike Harsch-Markus (rechts) und Brunhilde Fröhlich der Umzug der AG Sozialsponsoring in die neuen Räume. Foto: Fromann