

Kultursenator Chialo: Unternehmen als Retter der Berliner Kultur?

Joe Chialo, Berlins erster Kultursenator, diskutiert Sponsoring und Kulturfinanzierung. Besondere Kooperationen und Zukunftsperspektiven.

Berlin, Deutschland - Joe Chialo, Berlins erster Kultursenator mit tansanischen Wurzeln, hat große Ideen zur Verbesserung der Kulturfinanzierung in Deutschland. In einem Interview äußert sich Chialo zu der Rolle der Privatwirtschaft in der Kulturfinanzierung und fragt provokant: „Warum nicht?“, wenn es um die Möglichkeit geht, den staatlichen Sparbedarf durch private Zuwendungen auszugleichen. Gerade die Kooperation der Berliner Philharmoniker mit der Deutschen Bank wird von ihm ausdrücklich gelobt. Er hebt hervor, dass die Zuwendung der Deutschen Bank speziell für das Education-Programm der Philharmoniker zugesagt wurde, während BMW mit seinem Sponsoring des „Staatsoper für alle“-Events ein weiteres Beispiel für sinnvolles kulturelles Engagement darstellt. Dies verdeutlicht, dass Unternehmenssponsoring als eine wichtige Unterstützung für Kulturinstitutionen gesehen wird.

Chialo, 52 Jahre alt und geboren in Bonn, tritt als eine neue Stimme in der deutschen und europäischen Politik auf. Er ist der Sohn des verstorbenen tansanischen Botschafters Isaya Chialo und stammt aus einer Familie, die teils in Deutschland und teils in Tansania lebt. Nach seiner Schulzeit in einem Salesian Don Bosco Internat studierte er Geschichte, Politik und Wirtschaft in Erlangen, bevor er eine Karriere in der Musikindustrie startete. 2009 gründete er die erfolgreiche Plattenfirma Airforce1 Records und baute diese 2018 zu Afroforce1 Records aus. Sein

kulturelles Engagement wird durch seine politische Karriere ergänzt, in der er 2021 für den Deutschen Bundestag kandidierte und 2022 in den Bundesvorstand der CDU gewählt wurde.

Die Rolle des Sponsoring in der Kulturszene

Chialo betont, dass die Engagements der Unternehmen im Vergleich zur US-Philanthropie als gering eingeschätzt werden. Bei seiner Arbeit als Kultursenator möchte er die Berliner Kulturszene zur Neugestaltung von Strukturen anregen. Am 20. Februar plant er ein Treffen mit Intendantinnen und Intendanten, um weitere Schritte zu besprechen. Dies könnte im Kontext aktueller Studien zur Kulturförderung von Bedeutung sein, die zeigen, dass rund 88 % der Unternehmen in Deutschland Kultur unterstützen und vor allem in der DACH-Region aktiv sind.

Eine aktuelle Studie stellt fest, dass die Mehrheit der Sponsoring-Aktivitäten in den letzten fünf Jahren stabil geblieben ist und belegt, dass Unternehmen, die Kulturförderung betreiben, auch ein großes Interesse an langfristigen Partnerschaften und einer hohen Reichweite in der Öffentlichkeit haben. Die Förderung wird oft mit Zielen wie Imageverbesserung und Standortförderung verbunden. So unterstützen Unternehmen nicht nur Kultur, sondern auch Sport und soziale Projekte.

Zukunftsorientierte Kulturförderung

Unternehmen in verschiedenen Branchen sind bereit, mehr als 10 Millionen Euro Umsatz pro Jahr zu erzielen. Dabei üben die größten Gruppen von kleinen und mittleren Unternehmen eine Schlüsselrolle im Sponsoring von kulturellen Angeboten aus. Die befragten Kulturinstitutionen erwarten eine moderate Erhöhung der Sponsoringeinnahmen um 12 % für den Zeitraum von 2024 bis 2028, während Unternehmen eine Marktsättigung und ein mögliches Sinken des Sponsoringvolumens um 25,3 % prognostizieren.

Die kurz- und langfristigen Ziele der Kulturförderung sind vielfältig und betonen die Wichtigkeit der kulturellen Vielfalt und der Kunstfreiheit. Unternehmen legen Wert auf transparente Sponsoringkonzepte und attraktive Leistungspakete, während 86,9 % der Kulturanbieter und 83,8 % der Unternehmen berichten, dass sie keine inhaltliche Einflussnahme durch ihre Sponsoringpartner erfahren haben.

Durch seine vielfältige Erfahrung in der Kultur- und Musikindustrie bringt Joe Chialo frischen Wind in die Diskussion um die Finanzierung und das Sponsoring in der Berliner Kulturszene. Sein Ansatz, private Zuwendungen als Ergänzung zur staatlichen Kulturförderung zu nutzen, könnte einen pivotalen Wandel in der deutschen Kulturpolitik einleiten, insbesondere wenn man bedenkt, dass viele Unternehmen bereits aktiv in der Kulturförderung tätig sind. Chialo's Ehrgeiz, den Dialog zwischen Kultur und Privatwirtschaft zu fördern, wird dabei eine zentrale Rolle spielen.

Weitere Informationen zu Joe Chialo und seinen Zielen können in den Artikeln von **Tagesspiegel**, **African Leaders Magazine** und **Kulturmanagement** nachgelesen werden.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Berlin, Deutschland
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.tagesspiegel.de• africanleadersmagazine.com• www.kulturmanagement.net

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de