

Das Menuhin Festival verliert einen Sponsor

«Music in Motion» - so lautet der Titel des diesjährigen Menuhin Festival Gstaad, das vom 17. Juli bis zum 6. September das Berner Oberland mit klassischen Klängen bewegt. Kurz vor dem Auftakt kommt es allerdings auch ausserhalb der Musik zu Bewegung. Auf das kommende Jahr kündigt einer der drei Hauptsponsoren dem Festival das Engagement. Die britische Bank HSBC will den Vertrag als «principal sponsor» nach zwölf Jahren nicht mehr verlängern.

Es sei normal, sagt Hans-Ueli Tschanz, Mitglied des Verwaltungsrat des Menuhin Festival, dass sich ein Sponsor nach einer so langen Zeit neu ausrichte. Der Entscheid werde nicht mit mangelndem gegenseitigem Vertrauen oder Unzufriedenheit mit der Qualität des Festivals begründet, so Tschanz, sondern mit der neuen strategischen Ausrichtung der Bank, deren Hauptsitz in London ist. Den genauen Betrag, der dem Menuhin Festival ab 2015 fehlt, will Tschanz nicht kommunizieren.

Nur so viel: Das Sponsoringbudget belaufe sich insgesamt auf zwei Millionen Franken, die drei Hauptsponsoren - HSBC, Ermitage und Chopard - machten zusammen etwa die Hälfte davon aus. Schon vor längerer Zeit habe man eine unabhängige Studie über den Wert und die Attraktivität des Menuhin Festival für Sponsoren in Auftrag gegeben. Diese Resultate werde man nun beiziehen. Tschanz ist zuversichtlich, dass man die Ausgabe überbrücken und dann für 2016 einen adäquaten Ersatz präsentieren könne. (mks)

'BUND' MITTWOCH, 9. JULI 2014