



Afro-Pfingsten realised by fairMeetingsAG - Change Management global gedacht?!

Birgitta Borghoff im Gespräch mit Paul Herzog, Leiter der fairMeetings AG, die dieses Jahr erstmals das Festival Afro-Pfingsten Winterthur organisiert hat.

***KMN:** Sehr geehrter Herr Herzog, Sie sind Geschäftsleiter der fairMeetings AG, einer Messe-, Event- und Kongress-Plattform, welche vor kurzem die Winterthurer Kulturmarke Afro-Pfingsten in ihr Portfolio mit aufgenommen hat. Was sind die Gründe, Motivation, Zweck und Ziel, eines der hochkarätigsten Winterthurer Lifemusik-Kulturfestivals mit lebhaftem Markttreiben und spannenden Begegnungen zwischen den Kulturen zu übernehmen bzw. in das Geschäftskonzept von fairMeetings AG zu integrieren?*

Die Afro-Pfingsten sind für Winterthur und viele weltoffene Menschen aus der ganzen Schweiz und dem umliegenden Ausland seit über 20 Jahren ein wichtiger jährlicher Treffpunkt. Der Gründer des Festivals, Daniel Bühler, suchte einerseits kurzfristig nach einem Organisationsteam und andererseits nach einer Lösung, welche die langfristige Fortführung des Events ermöglicht.

Die fairMeetings, als Teil der Marketing Manufaktur AG (DMMAG) war deshalb der ideale Partner. Als erfahrene Live-Marketing Agentur sind wir uns gewohnt, auch komplexe Veranstaltungen innert kurzer Zeit zu organisieren und dank unserer DMMAG-Schwestergesellschaften können wir in diversen Bereichen von Synergien profitieren, die es uns überhaupt möglich machen, den Anlass kostendeckend durchzuführen.

***KMN:** Wie sieht das neue Geschäftsmodell der unter dem Namen Afro-Pfingsten international bekannten und renommierten Kulturmarke im Unternehmensumfeld der fairMeetings AG aus und wie soll die Marke in diesem neuen Kontext positioniert werden?*

Ehrlicherweise muss man sagen, das nicht wirklich von einem Geschäftsmodell gesprochen werden kann. Es geht allen Beteiligten darum, einen Anlass, der einen Beitrag zur interkulturellen Völkerverständigung leistet, kostendeckend weiter zu führen und so am Leben zu erhalten. Der Verein Afro-Pfingsten überträgt dabei alle organisatorischen Aufgaben an die fairMeetings AG, welche den Anlass quasi als Generalunternehmer durchführt. Mittelfristig möchten wir diese Kern-Idee der niederschwellig gelebten Kulturverständigung gerne auf weitere Kulturkreise, wie den mediterranen Raum oder Asien ausdehnen und auch auf andere Schweizer Städte übertragen. So könnten wir der Idee, dass sich Europäer und Mitbürger aus anderen Kulturkreisen auf verschiedenen Ebenen treffen und ungezwungen austauschen können, eine nationale Bedeutung geben und den Sensibilisierungseffekt potenzieren.

***KMN:** Was erachten Sie im Rahmen der aktuellen organisationellen Veränderungen des Vereins Afro-Pfingsten als die grössten Herausforderungen, Potenziale, Hürden und Risiken der Winterthurer Kulturmarke und wie bewältigen Sie den gegenwärtigen Change Management Prozess ganz konkret, v.a. im Hinblick auf Themen wie Organisation, Projektmanagement, Finanzierung, Branding und Marketing?*

Aus den alten Strukturen konnten wir eigentlich nur das „know-how“ von Daniel Bühler und Andrea Ammann übernehmen. Mit dieser Basis mussten wir nun bereits 2013 die gesamte Organisation neu aufbauen, was im Grossen und Ganzen gut gelungen ist. Für 2014 müssen wir nun in allen Bereichen noch an verschiedenen Details feilen. Die grösste Herausforderung war, ist und bleibt die Finanzierung des Anlasses. Die Unterstützung durch Gönner,

Subventionsgeber und Sponsoren nur schon auf dem Niveau der Vorjahre zu halten, gestaltet sich immer schwieriger. Hier sind wir gefordert und überlegen uns verschiedene neue Ansätze der Zusammenarbeit. Dazu gehört auch, leichte Anpassungen am Brand vorzunehmen, der sich etwas stärker Richtung Mainstream bewegen könnte, damit wir ein etwas breiteres Zielpublikum erreichen und so auch für potenzielle Sponsoren attraktiver werden. Dies muss aber möglich sein, ohne den authentischen Markenkern zu kompromittieren. Zudem suchen wir auch das Gespräch mit der Stadt Winterthur, um die Möglichkeiten einer räumlichen Ausweitung des Marktbereichs auszuloten. Denn wir müssen unbedingt das Verhältnis unserer variablen Kosten zu den Fixkosten verbessern.

KMN: Was ist Ihre Vision von Afro-Pfingsten in 20 Jahren? Welche Story möchten Sie der Welt erzählen und welche Erlebnisse evozieren? Vielleicht gibt es eine Schlüsselsituation oder messbare Erfolgsfaktoren, an welchen Sie erkennen, dass Ihre Vision lebendig geworden ist?

Unsere Vision ist es, dass bereits in einigen Jahren, die Afro-Pfingsten Winterthur Teil einer Reihe von Kultur-Events ist, die unter dem Namen Mondival in der ganzen Schweiz den interkulturellen Austausch unter dem Motto „Cultures meet Cultures“ fördern. An diesen Events begegnen sich die Menschen unkompliziert an typischen Märkten, kulturellen Happenings und Konzerten, um Einblicke in die Denk- und Handlungsweise anderer Kulturkreise zu bekommen.

Paul Herzog (51) ist seit Februar 2013 Leiter der fairMeetings AG, die dieses Jahr erstmals das Festival Afro-Pfingsten Winterthur organisiert hat. Vorher war er während vielen Jahren als Marketingleiter bei der renommierten Uhren- und Schmuckfirma Bucherer und als Verlagsleiter bei der Basler Zeitung tätig.

Infobox:

GESCHICHTE: Vom Geheimtipp zum grössten Afrika-Festival der Schweiz 24 Jahre Afro-Pfingsten Festival

Es war eine Handvoll Kulturinteressierter, die sich 1990 im Dynamo in Zürich traf. Die Veranstaltung nannte sich Afro-Pfingsten, angeboten wurden Kurse in Tanz und Perkussion, eine Band aus Senegal spielte traditionelle Musik. Keiner der Anwesenden ahnte damals, dass das Pflänzchen, das im Dynamo zum ersten Mal aufkeimte, schon ein Jahr später aus dem Gewölbe des Zürcher Jugendkulturhauses hinauswachsen, nach Winterthur übersiedeln und dort in den nächsten zwei Jahrzehnten zum grössten Multikulti-Fest der Schweiz aufblühen würde.

Bereits bei der dritten Austragung kamen zu den Kursen und Konzerten ein erster Markt, Ausstellungen und eine Podiumsdiskussion hinzu. Im Laufe der Jahre wurden aus dem einen Markt drei, aus der begrenzten Kursauswahl wurde ein Angebot an rund 40 Workshops, aus den einzelnen Liveauftritten ein dreitägiges Konzertprogramm mit namhaften World-Music-Künstlern. Und: Aus der Handvoll Kulturinteressierten wurden knapp 70'000 Besucher pro Jahr.

Trotz Wachstum, eines hat sich nicht verändert: Die Idee, die hinter dem Festival steckt. Afro-Pfingsten will dem facettenreichen afrikanischen Kontinent und allen Kulturströmungen, die ihre Wurzeln in Afrika haben, Gehör verschaffen. Afro-Pfingsten ist ein Ort der Begegnung, an dem das Miteinander der Kulturen gelebt wird und Toleranz und gegenseitiges Verständnis keine leeren Worthülsen sind. Afro-Pfingsten präsentiert die schönen, anregenden und farbigen Seiten Afrikas – ohne die grossen Probleme des Kontinents zu verdrängen. Afro-Pfingsten setzt sich ein gegen Fremdenfeindlichkeit und für gegenseitigen Respekt.

<http://afro-pfingsten.ch/>

14.08.2013, Birgitta Borghoff

Quelle: Redaktion Winterthur

Weiterführende Links: <http://www.fairmeetings.ch/>

<http://www.kulturmanagement.net>

Copyright 2004 - 2013 Kulturmanagement Network