Sponsoring des Open-Air-Kinos soll gute Mitarbeiter anlocken

Sie will auf dem regionalen Arbeitsmarkt bekannter werden: die Kaltbrunner Stanz-Firma WKK. Deshalb rührt sie tüchtig an der Werbetrommel – und sponsert das Open-Air-Kino in Rapperswil-Jona mit 11 000 Franken.

Von Adrian Huber

Retter in der Not: Michael Wenk, Geschäftsführer der Kaltbrunner Firma WKK, studiert die verschiedenen Sponsoring-Möglichkeiten des Open-Air-Kinos in Rapperswil-Jona. Bild Maya Rhyner

Rapperswil-Jona. – Die Lage ist ernst. Das Rapperswiler Open-Air-Kino steht auf der Kippe. Deshalb treffen sie sich am letzten Dienstagabend im Joner Restaurant «Johanna»: Michael Wenk, Geschäftsleiter der Kaltbrunner Stanz-Firma WKK und drei Organisatoren des Rapperswiler Open-Air-Kinos, Mirko Marsano, Nicole Bruhin sowie Marianne Hegi, Grande Dame der Rapperswiler Kinoszene.

Das Open-Air-Kino steht ordentlich in der Kreide – 7000 Franken Verlust im letzten Jahr –, und knapp zwei Monate vor der diesjährigen Auflage fehlen noch immer mehrere Tausend Franken (die «Südostschweiz» berichtete).

Am Ende des Abends ist klar: Das Open-Air-Kino 2011 ist gerettet. Dank des Sponsorings von 11 000 Franken der WKK. Hegi erleichtert: «Ohne dieses Geld hätten wir das Kino sehr wahrscheinlich nicht durchführen können – und es wäre dann auch nicht wieder auferstanden.»

«Jedes Sponsoring ist Marketing»

WKK-Geschäftsführer Michael Wenk verhehlt die geschäftlichen Interessen hinter seinem Engagement nicht. «Hinter jedem Sponsoring steckt auch Marketing.»

Dabei geht es dem Gasterländer Unternehmen weniger darum, Kunden zu bewerben, sondern Arbeitnehmer. Wenk dazu: «In der Umgebung kennt man uns als Arbeitgeber noch zu wenig gut. Es ist nicht einfach, in der Region qualifizierte Arbeitskräfte zu finden.» Derzeit sucht die Firma beispielsweise vier Mitarbeiter: einen IT-Systemtechniker, einen Polymechaniker, einen Konstrukteur sowie einen Werkzeugmacher.

Ursprünglich plante die WKK, am Kaltbrunner Turnfest als Hauptsponsor aufzutreten. Doch dieses Engagement hätte das Sponsoring-Budget des Unternehmens gesprengt. Die exportabhängige Firma setzte im letzten Jahr 10,5 Millionen Franken um und kämpft gegen den starken Franken, trotz guter Auftragslage.

Drei auf einen Streich

Mit dem Kino-Sponsoring schlägt die WKK drei Fliegen mit einer Klappe: Sie rettet das Kino vor dem Aus und macht Werbung in eigener Sache. Drittens lässt sich damit der Kundenanlass kombinieren, der eigentlich erst auf den Herbst geplant gewesen wäre: WKK lädt jetzt seine besten Kunden ans Kino-Open-Air.

Leichte Bedenken hegt Wenk bezüglich des geplanten Kino-Programms, auf das er bereits ein Auge werfen konnte: «Die Filme sind für unsere Zielgruppe vielleicht etwas zu kulturell angehaucht.» Und er betont, dass es sich beim Sponsoring um eine einmalige Angelegenheit handelt. «Wichtig ist», so Wenk, «dass sich die Organisatoren nun nicht zurücklehnen, sondern weiter nach Sponsoren suchen – auch für das nächste Jahr.» Damit eine Feuerwehrübung wie in diesem Jahr nicht mehr nötig werde.

Worauf eine überglückliche Marianne Hegi entgegnet: «Wir bleiben am Ball und sind stets auf der Suche nach Sponsoren.» Und im Hinblick auf die Filmauswahl ist sie überzeugt: «Wir finden einen Mittelweg zwischen Studioproduktionen und Mainstream.» Es könne aber nicht das Ziel sein, Blockbuster des letzten Jahres zu zeigen, wie es andere Open-Airs der Umgebung täten.

Das Kino-Open-Air in Rapperswil-Jona findet vom 5. bis 7. August statt.

DONNERSTAGSKOLUMNE

Ist A. Vogel blöd

Von Frédéric Zwicker

Manchmal frage ich mich, weshalb wir uns ständig verarschen lassen. Beispielsweise das Licht in Ankleidekabinen. Fettpölsterchen werden von der gnadenlosen Beleuchtung zu zwölffacher Grösse aufgeblasen, Pickel und Poren zu majestätischen Vulkanen und gähnenden Kratern.

Fördert das die Kauflust? Ja. Wer sich in der Kabine als abstossenden Menschen sieht, will sein Aussehen mit neuer Kleidung verhüllen. Ausserdem schwitzt man beim Anblick der eigenen Hässlichkeit und braucht sowieso ein neues T-Shirt. Die Gemeinheit der Kleiderladenbesitzer entspringt ihrer Geldgier und ist nachvollziehbar. Bei A. Vogel ist das anders. A. Vogel ist Hersteller von Heilmitteln gegen Prostatabeschwerden.

Liebe Frauen. Was wissen Sie über Pissoirkultur? Wissen Sie, dass in Pissoirs schwarze Kleber kleben, die, wenn sie angepinkelt werden, sich in Blumenbilder verwandeln? Wissen Sie, dass in manchen Pissoirs Fussballtore aufgestellt sind? Und von der Latte hängt an einem Schnürchen ein Ball? Und dann versucht man, den kleinen Ball so oft wie möglich ins Tor zu pissen?

A. Vogel hat auch ein Pissoirkulturprojekt lanciert. Einen Prostata-Test. Er hat 30 Zentimeter hohe Kleber in Pissoirs geklebt. Darauf eine Skala. Wessen Strahl so stark ist, dass er den Kleber oben treffen kann, der ist gesund. Wer nur die Niederungen benetzt, sollte A. Vogel zu Rate ziehen.

Wer keine Prostatabeschwerden hat und den Test ausprobiert, der pinkelt also bis in die Mitte des Pissoirs hinauf. Pissoirs sind nicht dafür konzipiert, dass man da oben hinpinkelt. Etwa die Hälfte des starken Strahls spritzt einem auf den Pullover. Vielleicht hat A. Vogel Prostataprobleme und will, dass auch gesunde Männer ihrer Prostata wegen angepisst sind. Oder aber er hat einen Vertrag mit den Kleiderladenbesitzern abgeschlossen.

Abendspaziergang zu den Glühwürmchen

Rapperswil-Jona. – Am Freitag, 17. Juni, lädt der Natur- und Vogelschutzverein zu einem Abendspaziergang in der Joner Allmeind ein. Dabei gibt es so manches zu entdecken. Während sich das Auge an den bunten und selten gewordenen Riedpflanzen am Wegrand freut, bietet sich dem Ohr eine reiche Geräuschkulisse aus Vogelstimmen, Froschquaken und Heuschreckengesang. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer weben den Klangteppich auseinander und kommen so den einzelnen Arten auf die Spur. Sie erfahren aber auch, welche Pflege das Ried braucht und weshalb es auch heute noch – obwohl streng geschützt – gefährdet ist. Der Abendspaziergang startet um 19.50 Uhr bei der Bushaltestelle Geberit in Jona und dauert bis zirka 23 Uhr. *(eing)*

Leitung/Auskunft: Norbert Schnyder und Jean-Marc Obrecht (055 212 55 21).

IN KÜRZE

Schänis. Am Samstagvormittag, 18. Juni, von 9.30 bis 11.30 Uhr, besteht die Möglichkeit, dem Mosaik-Spezialisten in der Pfarrkirche Schänis über die Schulter zu blicken. Treffpunkt ist das provisorische Atelier im ehemaligen Laden von Hulda Gall an der Ecke Rietstrasse–Fuchswinkel in Schänis. Alle Interessierten sind herzlich eingeladen. *(eing)*

Räuber in der Möwenkolonie

Erstmals haben Mittelmeermöwen am Zürichsee gebrütet. Die grosse Möwenart mit leuchtend gelben Beinen und ebensolchem Schnabel zieht in der Lachmöwenkolonie auf der Kiesinsel beim Rapperswiler Seedamm zwei Jungvögel auf. Die Möwen aus dem Mittelmeer sind eine Bedrohung für die jungen Lachmöwen. Die starken Vögel haben den hiesigen Jungen das Futter den von der Nahrungssuche zurückkehrenden Altmöwen abgejagt. Allerdings werden doch um die hundert Lachmöwen flügge. Bild Kurt Anderegg

IMPRESSUM

DIE SÜDOSTSCHWEIZ

Unabhängige schweizerische Tageszeitung mit Regionalausgaben in den Kantonen Graubünden, Glarus, St. Gallen und Schwyz.

Herausgeberin: Südostschweiz Presse und Print AG
Verleger: Hanspeter Lebrument
CEO: Andrea Masüger
Redaktionsleitung: David Sieber (Chefredaktor), Pieder Caminada, René Mehrmann (Stv. Chefredaktoren), Gisela Femppel (Überregionales), Rolf Hösli (Redaktion Glarus), Thomas Senn (Redaktion Gaster/See), René Weber (Sport)
Abo- und Zustellservice: Zürcherstrasse 45, 8730 Uznach, Telefon 0844 226 226, E-Mail abo-gastersee@suedostschweiz.ch
Anzeigen: Südostschweiz Publicitas AG

Erscheint siebenmal wöchentlich

Gesamtauflage:
124 760 Exemplare (WEMF/SW-beglaubigt)
Reichweite:
235 000 Leser (WEMF/SW-beglaubigt)

Adresse: Die Südostschweiz, Zürcherstrasse 45, 8730 Uznach, Telefon 055 285 91 00, Fax 055 285 91 10.
E-Mail: Redaktion Gaster und See: redaktion-ga@suedostschweiz.ch; Redaktion Online: redaktion-online@suedostschweiz.ch.

Ein ausführliches Impressum erscheint in der Samstagsausgabe.