

32 Jahre
Kratz & Köcher GmbH
 Büro: Theodor-Storm-Str. 21 · 67551 Worms-Wiesoppenheim
 Fachwerkstatt: Rheingoldstraße 5 · 67551 Worms-Horchheim
 Fax: 06241/35157 · E-Mail: kratzundkoecher@t-online.de

FACHBETRIEB

- Rollläden
- Rolltore
- Fliegenschutz
- Erhardt-Markisen
- Außen- und Innenjalousien

TELEFON 0624134409

neu



+ pro Stufe 5 Lektürebücher
 + zahlreiche Arbeitsmaterialien und Kopiervorlagen
 + Vertonung auf Audio-CD

Diese und andere Englisch-Artikel erhalten Sie im Internet unter www.schubi.com

schubi **Rainbow Library**
 Picture-based reading comprehension and language enrichment

[lernen+spielen+fördern www.schubi.com](http://www.schubi.com)

terre des hommes
 Hilfe für Kinder in Not

Lasst sie spielen!

Für Millionen Kinder weltweit ist Sport und Spiel ein Luxus. Dabei ist Spiel unverzichtbar für die positive Entwicklung von Kindern: Sie lernen Fairness, übernehmen Verantwortung – auf dem Spielfeld wie im Leben.

Helfen Sie Kindern kindgerecht aufzuwachsen – mit Ihrer Spende!

www.tdh.de



Kein Typ für kleine Brötchen

GEGENÜBER: Sponsoring-Profi Thorsten Scheller erarbeitet ehrenamtlich Konzept für Strohhutfest-Bühne

VON SONJA WEIHER

Über Sponsoren hat Thorsten Scheller als junger Tennisspieler sein Studium finanziert. Heute verdient er sein Geld als Chef der Agentur Blond damit, für Veranstaltungen der Mannheimer Konzertagentur BB Promotion Werbe- und Sponsoringpartner zu suchen. Ganz ohne Bezahlung hat der Lamsheimer vor vier Jahren ein Konzept fürs Musikprogramm beim Frankenthaler Strohhutfest aufgesetzt – inklusive Sponsoring-Strategie versteht sich.

Ein Typ für kleine Brötchen ist Thorsten Scheller nicht. Er will die Bäckerei. Und so lehnte er ein erstes Jobangebot des Konzertmoguls Michael Brenner zunächst ab. „Da verdiene ich zu wenig“, war sein Argument. Lieber gleich eine eigene Firma. Zu der Zeit tourte Semi-Profi Scheller schon seit ein paar Jahren als Tennislehrer durch die Pfalz. Es war die Boom-Zeit des weißen Sports, Boris Becker und Steffi Graf ließen Tennisclubs in jedem Dorf aus dem Boden sprießen. So kamen zunächst die beiden Kinder der Familie Brenner und dann auch Michael und Ehefrau Roswitha Mitte der 90er-Jahre als Tennisschüler zu Scheller. Dem gebürtigen Ludwigshafener Michael Brenner, der damals schon als Impresario durch seine Konzerte und Musicals weit über die Region hinaus bekannt war, schien der smarte ehemalige Schüler vom Frankenthaler Albert-Einstein-Gymnasium zu gefallen. Besonders interessierte er sich für die Werbung auf dessen Dress. Tennismodehersteller Sergio Tacchini und der Mannheimer Unternehmer Engelhorn zählten zu Schellers Sponsoren.

„Sponsoring war in der Konzertszene damals weitgehend unbekannt“, erinnert sich Scheller. Brenner habe schnell das Potenzial für den Veranstaltungsbereich erkannt – und auch Schellers Verkaufstalent. Auch wenn der den Job in Brenners 1987 in Mannheim gegründeter Veranstaltungsagentur BB Promotion zunächst ablehnte, verdankt er ihm seinen beruflichen Werdegang. „Wenn du mit einem Impresario zusammen bist, ist



Fühlt sich Frankenthal verbunden: Ex-AEGLER Thorsten Scheller



Beste Werbung für die von ihm betreuten Musicals sind Auftritte bei „Wetten dass ...“, hier Scheller 2011 mit Thomas Gottschalk auf Mallorca.

das mehr, als eine Ausbildung dir je bieten kann. Ihm verdanke ich alles“, sagt Scheller. Mit dem tragischen Tod Brenners vor zwei Jahren bei einem Verkehrsunfall habe er mehr als nur seinen Mentor und Freund verloren.

Doch zunächst hatte Thorsten Scheller nach dem Abitur 1988 andere Pläne. Er studierte erst Jura in Mannheim, dann Germanistik und Politik fürs Lehramt in Landau. Berufsziel: Sportjournalist. Dennoch stand zum Ende des Studiums eine Entscheidung an. Sein Professor in Landau habe ihn schließlich gedrängt, ins Marketing und Sponsoring einzusteigen, und bot ihm zur Absicherung an, dass er das Referendariat auch später antreten könne. So



Sponsoren für teure Musicalproduktionen zu finden, hier eine Szene aus „We Will Rock You“, ist der Job von Thorsten Scheller und seiner Maxdorfer Agentur. FOTOS: BOLTE (1)/FREI (2)

kaufte sich Scheller in Roswitha Brenners Werbeagentur, die spätere Agentur Blond, ein und übernahm den operativen Bereich. Gleichzeitig lernte er bei BB Promotion professionelles Marketing und Sponsoring. Seit acht Jahren ist der Lamsheimer mit Blond exklusiv für das komplette Sponsoring von BB Promotion verantwortlich, seit 2012 gehört er auch der erweiterten Geschäftsleitung der Veranstaltungsagentur an.

Einer von Schellers Arbeitsschwerpunkten ist die Sponsorensuche für große Musicalproduktionen wie „Grease“, „Saturday Night Fever“ oder „Cats“, die in den 90er-Jahren in Deutschland nie gekannte Erfolge feierten. „Wir waren mit Grease die ers-

ten, die Fernsehwerbung gemacht haben, mit über 1000 Spots im Jahr“, erzählt Scheller. Auch den Coup, mit dem Renault Twingo Grease das erste Musical-Autosondermodell auf den Weg gebracht zu haben, kann er sich aufs Banner schreiben. Sämtliche Musicals brachte die Agentur in der großen deutschen Fernsehshow „Wetten dass ...“ unter. „Wir waren dort öfter als Peter Maffay“, scherzt Scheller. Auch der Essener Musicalerfolg „We Will Rock You“ wird diesen Sommer bei „Wetten dass ...“ auf Mallorca dabei sein. Durch seine Arbeit kennt Scheller Stars wie Thomas Gottschalk, Uwe Ochsenknecht, Olivia Newton John oder Queen-Gitarrist Brian May. Die Shows bei der Eröffnung der Allianz Arena in München gehen ebenso auf sein Konto wie der 50. Geburtstag von FCK-Boss Stefan Kuntz oder sämtliche Firmenauftritte von Comedian Chako Habekost, den Blond exklusiv vermarktet.

Alle fünf Jahre nimmt der 43-Jährige sich eine kurze berufliche Auszeit. „Da überlege ich, ob alles noch so richtig ist.“ Vor einigen Jahren sei in ihm dabei der Wunsch gereift, der Stadt Frankenthal, der er sich seit seiner Schulzeit verbunden fühlt, etwas zurückzugeben. Und was lag da näher, als seine Kontakte und Marketingkompetenzen zu nutzen. So entstand 2009/10 ein Drei-Jahres-Plan fürs Strohhutfest. Ehrenamtlich habe er mit Oberbürgermeister Theo Wieder und Marktmeister Klaus Junski eine Strategie entwickelt, das Programm auf der Hauptbühne am Rathausplatz aufzumöbeln und neue Werbepartner zu finden, so Scheller. Angelegt war das Konzept bis zum Jubiläum „40 Jahre Strohhutfest“, das Ende dieses Monats gefeiert wird. Da soll es neben Multimedia-Elementen wie der Übertragung der Eröffnung samstags eine von Musiker Frank Rohles extra entwickelte Liveshow mit Hits aus vier Jahrzehnten geben. Die nächste Auszeit steht 2014 an. Mal sehen, ob dabei auch das Strohhutfest wieder eine Rolle spielt. Eins ist aber sicher: Das Lehramts-Referendariat wird Thorsten Scheller nicht mehr antreten. „Ich habe meine Profession gefunden“, sagt er.