

‘Langstlopende sponsorship’ van Nederland loopt 35 jaar

Door: Redactie DDB

19-04-2024

Filantropie

Het Concertgebouworkest en grootbank ING staan stil bij wat zijn claimen als het ‘langstlopende culturele sponsorship van Nederland’. Sinds 1989 – eerder onder Postbank en NMB – zijn beide organisaties verbonden. ‘We zijn daar enorm trots op’, zegt Peter Jacobs, *ceo* van ING Nederland. Bedragen zijn niet bekendgemaakt.

De grootbank ondersteunt de jaarlijkse seizoensopening van het orkest, steeds in een ander Amsterdams stadsdeel. Daarnaast zijn vele andere initiatieven tot stand gekomen. *Essentials* is een serie compacte concerten ter kennismaking met klassieke meesterwerken. Ook is er het Fonds toonaangevende vrouwen in muziek – voor een evenwichtiger vertegenwoordiging van vrouwelijke dirigenten en componisten. Om kinderen te enthousiasmeren voor klassieke muziek is er de Muziekbuzz.

‘Samenwerking maakt klassieke muziek voor een breed publiek toegankelijk’, schrijft het Koninklijk Concertgebouworkest in een gezamenlijk persbericht. Mede dankzij deze samenwerking kan het orkest blijvend vernieuwen, bijvoorbeeld door het aantrekken van toptalent, musici en dirigenten. Volgens orkestdirecteur Dominik Winterling is er meer nodig dan overheidssteun.’ Zo kan het orkest blijven excelleren en zijn positie in de wereldtop – naast andere vooraanstaande Europese en Amerikaanse orkesten – behouden.