

Tipps und Trick beim Kultursponsoring Erfahrungen aus der Praxis

Eins, zwei, drei Zauberei! Dichter Nebel füllt die Kulissen, lauter Donner erklingt aus dem Orchestergraben, Sängerinnen schweben über die Bühne, plötzlich taucht ein Geist aus der Versenkung auf und die Szenerie steht in Flammen. Phantasie und Illusion. Am Theater oder im Film wird mit vielen Tricks gearbeitet, damit die Menschen im Zuschauerraum verzaubert sind und einen tollen Abend haben. Nicht alle Tricks soll man dem Publikum verraten, es muss ja auch ein Zauber bleiben.

Dem Kultursponsoring haftet auch oft ein solcher Zauber an: Wie schafft man es, viel Geld aufzustellen? Wie bringt man sich aus der Bittsteller-Position? Welche Erfolgsfaktoren sind entscheidend? Zum Thema Kultursponsoring gibt es Tipps und Tricks, die man nirgends lesen kann. In diese Kultursponsoring-Trickkiste möchte ich Sie einen Blick werfen lassen. Ich öffne also den Deckel und wir holen gemeinsam den Nebel, den Donner, das Schweben, die Versenkung und die Flammen heraus.

Trick 1: Kunst zu Sponsorgesprächen mitnehmen

Kultursponsoring ist Teamarbeit. Das ist der wichtigste Trick überhaupt. Sie verkaufen Kunst. Also muss die Kunst auch zu Sponsorengesprächen mitgehen. Ein Theaterdirektor oder eine Museumsdirektorin stehen für die kulturellen Projekte eines Hauses und müssen diese einem potentiellen Sponsor präsentieren. So wie im Zuschauerraum oder beim Betrachten eines Kunstwerkes muss der Funke auch im Sponsorgespräch überspringen. Wenn Sie keine Unterstützung durch die Kunst haben, sind Sie in Ihren Sponsorvorhaben limitiert. Nehmen Sie RegisseurInnen oder KuratorInnen zu Gesprächen mit. Besonders lauter Donner also!

Trick 2: Sponsorgespräche im eigenen Haus führen

Am besten führen Sie Sponsorgespräche in Ihrem Haus, dann können Sie hinter die Kulissen oder ins Depot blicken lassen und einem Sponsor Dinge zeigen, die er/sie sonst nicht zu sehen bekommt. Entscheidungen im Kultursponsoring sind zum größten Teil emotionale Entscheidungen, also machen Sie sich diesen Trick zu Nutze. Im Gegensatz zu Sportsponsoring wird Kultursponsoring nicht ausschließlich nach Hardfacts beurteilt. Ein Unternehmer, der nicht selber kunstsinnig ist, wird Kultur nicht fördern. Wer sitzt schon gerne im Opernhaus, wenn er lieber auf dem Golfplatz steht? Kunst ist Emotion, also nutzen Sie diese Emotion auch für die Sponsoren-Akquise und entflammen Sie!

Trick 3: Unterstützer-Netzwerk aufbauen

Wie gelingt es einen Termin bei einer Generaldirektorin zu bekommen? Sie brauchen Kontakte oder Menschen, die diese Kontakte für Sie herstellen und Termine vermitteln können. Sie brauchen ein Unterstützer-Netzwerk, das Lobbying in Ihrer Sache betreibt. Vielleicht suchen Sie am Anfang gar keine Sponsoren, sondern vielmehr UnterstützerInnen, bevor Sie sich an das Thema Sponsoring machen. Das ist der dritte wichtige Trick beim Kultursponsoring. Holen Sie Ihre UnterstützerInnen aus der Versenkung und setzen Sie diese in die erste Reihe fußfrei.

Trick 4: Zeitlichen Arbeitsumfang festlegen

Der vierte Trick ist für alle diejenigen, die selber Sponsorenakquisition betreiben: Definieren Sie den zeitlichen Rahmen, den Sie für Sponsoring aufwenden. Es macht einen Unterschied, ob Sie fulltime oder stundenweise für das Sponsoring arbeiten. Sponsoring ist zeitaufwändig und hat eine klare Input/Output Relation. Je mehr Zeit Sie haben, desto mehr Sponsormittel werden Sie akquirieren. Legen Sie den Zeitrahmen gemeinsam mit Ihren Vorgesetzten fest und lassen Sie sich nicht auf diffuse „Nebelschwaden“ ein. Diese sind für Effekte toll, aber nicht, wenn es um Ihre Arbeitsleistung oder Erfolgsmessung geht.

Trick 5: Sponsoring-Ziel definieren

Der fünfte und letzte Trick: Definieren Sie ein genau bezifferbares (finanzielles) Sponsoring-Ziel, sowohl für Ihr Unternehmen als auch für den Sponsor. Nur wer ein Ziel hat, weiß wo er/sie hin will. Wenn Sie ziellos über die Bühne schweben oder ohne Beschilderung durch die Ausstellung wandeln, verlieren Sie die Orientierung. Nur ein Ziel ist am Ende einer Kampagne auch messbar: Waren Sie erfolgreich? Warum ja, warum nein? Was können Sie lernen? Wenn Sie nicht wissen, wie viel Geld oder Sachleistungen Sie aufstellen sollen, wissen Sie nie, ob Sie gute Arbeit geleistet haben oder nicht. Also treffen Sie klare Ansagen.

Wenn Sie diese fünf Tipps aus der Kultursponsoring-Trickkiste beherzigen, kann kaum etwas schiefgehen. Wenn Sie als Zauberlehrling unsicher sind, können Sie ja auch eine/n LehrmeisterIn zu Rate ziehen, der/die Ihnen beim Zaubern hilft. Toi, toi toi!

© Irene Knava

Erschienen in: „Fundraiser – Das Branchenmagazin für Spendenmarketing, Stiftungen und Sponsoring“, August 2009