

Unit 7

Diploma-Arbeit:

Kultursponsoring durch die Weinwirtschaft - Chancen und Risiken

Vorgelegt von Roy Blankenhorn

Kandidatennummer: 04002713

Weinakademie Österreich 2006

### Exposé

In der vorgelegten Arbeit wird zunächst eine Definition von Kultursponsoring vorgenommen sowie die Notwendigkeit dessen an Hand verschiedener Faktoren belegt. Es folgt eine Analyse des Status quo, die die wenigen existierenden Beispiele des Kultursponsorings beleuchtet, wie die vom fränkischen Weinbauverband unterstützten Würzburger Barock-Festspiele oder das vom Weingut Blankenhorn unterstützte Schleswig-Holstein Musikfestival. Das wird den generellen Marketing-Bedingungen der deutschen Weinwirtschaft gegenübergestellt, durch die die Zurückhaltung der Weinwirtschaft gegenüber dem Kultursponsoring zu erklären ist.

An Hand von zwölf Fragen wird in der Arbeit ein repräsentatives Meinungsbild erstellt, das die Chancen und Risiken des Kultursponsorings qualitativ erkennen lässt. 25 Personen wurden befragt. Darunter drei Marketing-Fachleute, zwei Journalisten sowie je ein Vertreter der Kulturveranstalter und der Bierbrauer. Die Quintessenz ist, dass die Marketing-Experten allesamt zum Kultursponsoring raten und die Weinproduzenten eine deutliche Befürwortung des Sponsorings durch Weinwirtschaft zeigen, allerdings mit einigen Einschränkungen. Aus Gründen der Übersichtlichkeit und der praktischen Anwendbarkeit wurden diese Kriterien in Form einer „Sponsoring-Checkliste für die Weinwirtschaft“ zusammengestellt.

Dabei werden „harte“ und „weiche“ Bewertungskriterien unterschieden und die Bewertung dieser Kriterien wiederum auf die Begriffe „positiv“, „neutral“ und „negativ“ beschränkt.

Das eigens entworfene Raster zur Beurteilung von Kultursponsoring-Projekten wird von der Autorin einer ersten praktischen Anwendung unterzogen. Die Kultursponsoring-Projekte des Weinguts Blankenhorn im Wallgraben-Theater Freiburg und am Schleswig-Holstein Musikfestival werden an Hand der Checkliste überprüft. Es folgt jeweils eine ausführliche Bewertung sowie die abschließende Beurteilung der Chancen und Risiken. In der Schlussbetrachtung werden noch einmal die deutlichen Hemmnisse zusammengefasst, die Weinproduzenten vom Sponsoring abhalten und mit Hilfe der Checkliste aufgezeigt, dass es möglich ist, mit einfachen Bewertungskriterien ein Sponsoring-Projekt im Vorfeld kritisch einzuschätzen.