

Abschied vom Gießkannenprinzip

Kreis-Sparkasse Northeim gehört zu den wichtigsten Sponsoren der Gandersheimer Domfestspiele

VON MICHAEL CASPAR

Northeim. „Kultursponsoring ist ein nüchternes Geschäft. Die Unternehmen wollen ihr Image verbessern und die Künstler ihr Projekt umsetzen“, meint Gernot Bollerhei. Er ist Marketingleiter der Kreis-Sparkasse Northeim, die zu den Hauptförderern der Gandersheimer Domfestspiele gehören.

Entstanden ist Niedersachsens größtes Freilichttheater 1959 auf Initiative der Stadt Bad Gandersheim. Die Sparkasse stieg dort 1995 als Sponsor ein. „Wir hatten bis Anfang der 90er-Jahre Sponsoring nach dem Gießkannenprinzip betrieben“, berichtet Bollerhei bei einer Veranstaltung des Marketing-Clubs Göttingen in den Räumen der Sparkasse am Münster 29 in Northeim. Der damalige Vorstand habe auf eine klare Positionierung gedrängt, damit die Aktivitäten besser wahrgenommen würden.

„Unser Schwerpunkt liegt seit her im Bereich des Kultursponsorings, und da besonders bei den Domfestspielen“, führt Bollerhei aus. Zwar werde Kultur von deutlich weniger Menschen aktiv wahrgenommen als Sport, aber das Klientel sei für ein Kreditinstitut interessanter. Kultursponsoring wirke zudem ins eigene Unternehmen hinein. Die Zahl der Mitarbeiter, die Kulturveranstaltungen besuchten, steige. Damit erweitere sich die Zahl der Gesprächsthemen mit Kunden. Verändert habe sich in den vergangenen 25 Jahren die Einstellung bei den Kulturschaffenden. Die Bereitschaft, mit Unternehmen zusammenzuarbeiten,



Bei der Premiere von den Comedian Harmonists bei den Gandersheimer Domfestspielen.

Hillebrecht

sei deutlich größer. Das habe auch damit zu tun, dass die öffentliche Hand weniger Geld zur Verfügung stelle.

Als Nachteil bei der Sportförderung sieht der Marketingchef die Parteinahme für eine Mannschaft. Ganz aus der Sportförderung habe sich die Kreis-Sparkasse jedoch nicht zurückgezogen, betont er. In diesem Jahr will das Kreditinstitut sogar für diesen Zwecke eine eigene Stiftung gründen.

Als die Stadt das bei ihr angesiedelte Veranstaltungsmanagement 2010 in eine eigenständige Firma ausgliederte, die Bad Gandersheimer Domfestspiele gGmbH, beteiligte sich die Sparkasse dort mit 25 Prozent. „Wir sind ein Kulturbetrieb mit angeschlossener Finanzabteilung“, scherzt Bollerhei.

„Wir werben bei vielen Unternehmen Mittel ein“, berichtet Stefan Mittwoch, der kaufmännische Geschäftsführer des Un-

ternehmens. Insgesamt seien es 140 000 Euro bei einem Jahresetat von 1,5 Mio. Euro. Eine Mio. Euro müsse der Kartenverkauf einbringen. Auf 50 000 Besucher im Jahr kämen die Festspiele. Viele Sponsoren würden Kunden, aber auch Mitarbeiter, zu Aufführungen einladen. Die Schauspieler kämen nach dem Stück dazu und plauderten mit den Gästen.

„Ein Unternehmen kann sich auch mit Sachspenden einbrin-

gen“, sagt Mittwoch. In der diesjährigen Produktion „Die Comedian Harmonists“ stellt der Northeimer Produzent von Herrenbekleidung, Wilvorst, die Fräcke. Das wird jeweils zwei Minuten vor Beginn der Aufführung über Lautsprecher bekannt gegeben. 1000 Zuschauer hören es jedes Mal. „Eine großartige Werbung“, freut sich die Wilvorst-Marketingleiterin Nicola Maria Meyer.