

Agentur Causales
Agentur für Marketing und Kommunikation

Studie Kultursponsoringmarkt 2005

Berliner Studie belegt klar:

Sponsoring im Trend

Die Berliner Agentur Causales veröffentlicht zum Jahreswechsel eine Marktstudie zum Kultursponsoringmarkt 2005 in Berlin und den neuen Bundesländern. Das Ziel der Studie ist, die Formen der Zusammenarbeit von Kultur und Wirtschaft anhand bestehender Sponsoringpartnerschaften aufzuzeigen. Es wurden Fragen zum Profil der Kultureinrichtungen sowie der beteiligten Unternehmen gestellt und die Kommunikation zwischen den Partnern analysiert.

Wichtigstes Ergebnis der Studie ist, dass über 80 Prozent der befragten Kultureinrichtungen bereits Erfahrungen mit Sponsoringpartnerschaften haben und die Zusammenarbeit fast ausschließlich als positiv bewerten. Drei Viertel der bereits engagierten Unternehmen sponsern Kultureinrichtungen in ihrer unmittelbaren Region, da sie auf die so genannte Umwegrentabilität setzen. Interessant ist auch, dass 50 Prozent der Sponsoringgeber nach Angaben der Kultureinrichtungen mittelständische Unternehmen sind, 32 Prozent wiederum große Wirtschaftsunternehmen und 18 Prozent

Kleinunternehmen. Insgesamt ist die Gruppe der Banken, Versicherungen und Finanzdienstleister mit 19,3 Prozent die am häufigsten vertretene Branche unter den Sponsoringgebern.

Zwar macht Sponsoring der Studie zufolge bislang nur drei Prozent der Gesamteinnahmen der Kultureinrichtungen aus. Der Trend zu Kultursponsoring aber steigt. So gehen 39,4 Prozent der Befragten davon aus, dass die Bedeutung des Sponsorings für Kultureinrichtungen stark zunehmen wird. Weitere 39,4 Prozent messen dem Sponsoring eine zunehmende Bedeutung zu. Lediglich 18,2 Prozent prognostizieren eine gleich bleibende Bedeutung. Für rund drei Viertel der Befragten ist eine Zusammenarbeit mit externen Agenturen hinsichtlich der Akquisition von Sponsoren notwendig.

Interessierte Wirtschaftsunternehmen und Kultureinrichtungen können sich im Internet unter www.kulturmarken.de informieren. Dort ist ab sofort ein kostenloser Download der Studie zum Kultursponsoringmarkt 2005 zu finden.

Datum: Ausgabe 02/06

Quelle: Bayerische Blasmusik

Auflagenhöhe: 6.000

Kontakte: 18.000