Sponsa, Sponsus und Sponsalien : Sponsoren suchen ist nicht schwer, Sponsoren finden aber sehr

Autor(en): **Renggli, Sepp**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **125 (1999)**

Heft 10

PDF erstellt am: **02.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-600129

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Sponsa, Sponsus und Sponsalien

Sponsoren suchen ist nicht schwer, Sponsoren finden aber sehr

Sepp Renggli

Dem Schweizer Sport laufen die Sponsoren davon. Die UBS entfloh dem Leichtathletik-Verband. Rado-Watch verabschiedete sich vom Gstaader Tennis-Turnier. Winterthur und Crédit Suisse wollen nichts mehr von der Tour de Suisse wissen. Der Mohr hat seine Schuldigkeit getan. Einst war er hochwillkommen. Das damals noch auf den altmodischen Namen Schweizerische Kreditanstalt hörende Finanzinstitut schenkte vor 22 Jahren unseren lieben Kinderlein 100'000 blaurotweisse Chäppli, verbrüderte sich mit Sepp Vögelis florierender Tour de Suisse und verteilte unterwegs ungezählte (ebenfalls blaurotweisse) Fähnli, die nach dem Milliarden-Debakel von Chiasso dem kleinen am Strassenrand auf die Velofahrer wartenden Mann die grosse Bank näher bringen sollten.

Mövenpick, Opal und Alka-Seltzer

Heute, im Zeitalter der Globalisierung, sind Kleinsparer kaum erwünscht. Das Stallross ist interessanter als das Stahlrösschen. Die CS unterstützt als Sponsor fortan Liebhaber edler Pferde. Zumal einwandfrei feststeht, dass sich noch nie ein Gaul gedopt hat. Alka-Seltzer für Fussballer.

Weiland, Jahrhunderte vor den bunten Chäppli und dem tristen Chiasso, säten Sponsa und Sponsus den Samen für die modernen Sponsoren. Die Sponsa war bei den alten Römern die Braut, der Sponsus der Bräutigam. Zur Verlobung erhielten sie Geschenke, sogenannte Sponsalien. Sponsa und Sponsus sind heute Sportlerinnen und Sportler, Sportvereine, Sportverbände und Sportveranstalter. Mövenpick speist den Zürcher CSI. Die SAirGroup saniert den BHC Kloten. Valora entschuldet den SC Bern. Der Schweizerische Fussballverband und Bayern München fahren Opel. Bayer Leverkusen puscht das nach durchzechten Nächten (auch Fussballer) ernüchternde Alka-Seltzer.

Die Grasshoppers versuchen für Gut und Gerber das Tor zu treffen, derweil Yverdon-Sports Wein aus dem Waadtländer Dörfchen Champagne, der auf Befehl der EU nicht Champagner heissen darf, kickend empfiehlt. Selbst die Chinesen liessen sich vom Mammonismus anstecken und tauften 1986 das «Grosse-Mauer-Fussballturnier» in «Mitsubishi-Grosse-Mauer-Fussballturnier» um. Non olet!

Weiland, Jahrhunderte vor den bunten Chäppli und dem tristen Chiasso, säten Sponsa und Sponsus den Samen für die modernen Sponsoren.

Ohne Sponsoring würden viele Veranstaltungen verschwinden, wären Stars aller Sparten unerschwinglich. Trotzdem ist bei der Wahl der Sponsoren und Gesponserten Vorsicht am Platz. Whiskas und Kitekat sollten Hundeausstellungen meiden. Das Schlafmittel Dormica eignet sich schlecht als Propagandist für Nachtorientierungsläufe. Das Päpstliche Bibelinstitut lehnt Kondomhersteller als Sponsoren ab, würde aber die Offerte von Viagra wohlwollend prüfen. Schweiz Tourismus sponsert weder die Passionsspiele von Oberammergau noch die Arena di Verona, und Christoph Blocher denkt kaum daran, die Zürcher 1.-Mai-Nachdemonstrationen finanziell zu unterstützen. Unsere Skispringer hätten zwar Geld für weitere Sprünge dringend nötig, doch Sponsor Sprüngli könnte demotivierend wirken.

«Züri Metzgete» für Schlachthof

Sponsoren suchen ist nicht schwer, Sponsoren finden aber sehr. So warten zum Beispiel die deutschen Weit-, Drei-, Hoch- und Stabhochspringer vergeblich auf ein Angebot des Springer-Verlags. Warum sollte er sie auch sponsern? Die Springer verbreiten den Firmennamen ohnehin gratis. Ebenfalls zum Nulltarif profitiert Reiseriese Kuoni vom Weltcup-Riesen am Adelbodner Kuonisberg.

In der Schweiz ist das Sponsoren-Potential keineswegs ausgeschöpft. Dem Radrennen «Züri Metzgete» böte sich der Zürcher Schlachthof als idealer Partner an. Das Sechstagerennen benötigt einen Saubermann wie Meister Proper. Der andere Sauber, der mit den Formel-l-Boliden aus Hinwil, würde vielleicht dank Papiertaschentuch-Hersteller Tempo endlich etwas schneller; während Hakle für Sauber-Werbung zuständig wäre, wenn es Alesi wieder einmal stinkt.

Calvaro und Weisser Riese

Für den Spengler-Cup drängt sich das bekannte Modehaus Spengler auf. Und Bertrand Piccard sollte vor seinem nächsten Ballon-Höhenflug unbedingt die PR-Abteilung des Vatikans kontaktieren, denn kein anderer irdischer Sportler ist dem Himmel näher.

Die grössten Erfolge werden mit nuanciertem, zielgerichteten, massgeschneiderten Sponsoring erreicht. Für Willy Melligers Paradeschimmel Calvaro scheint mir das Waschmittel Weisser Riese eher in Frage zu kommen als der Schweizer Stumpen namens Rössli.