

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 125 (1999)
Heft: 10

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

Autor: Renggli, Sepp

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-600129>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 15.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Sponsa, Sponsus und Sponsalien

Sponsoren suchen ist nicht schwer, Sponsoren finden aber sehr

SEPP RENGLI

DEM SCHWEIZER SPORT laufen die Sponsoren davon. Die UBS entfloß 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 almodischen 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 blau-rotweisse) Fähnli, die nach dem Millarden-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!

sert 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-1-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 Mellingers Paradeschimmel Calvaro scheint mir das Waschmittel Weisser Riese eher in Frage zu kommen als der Schweizer Stumpen namens Rössli.

**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 Nachorientierungsläufe. Das Päpstliche Bibelinstitut lehnt Kondomhersteller als Sponsoren ab, würde aber die Offerte von Viagra wohlwollend prüfen. Schweiz Tourismus spon-