

**„Kulturfinanzierung -  
So öffnen sich Türen und Portemonnaies“**

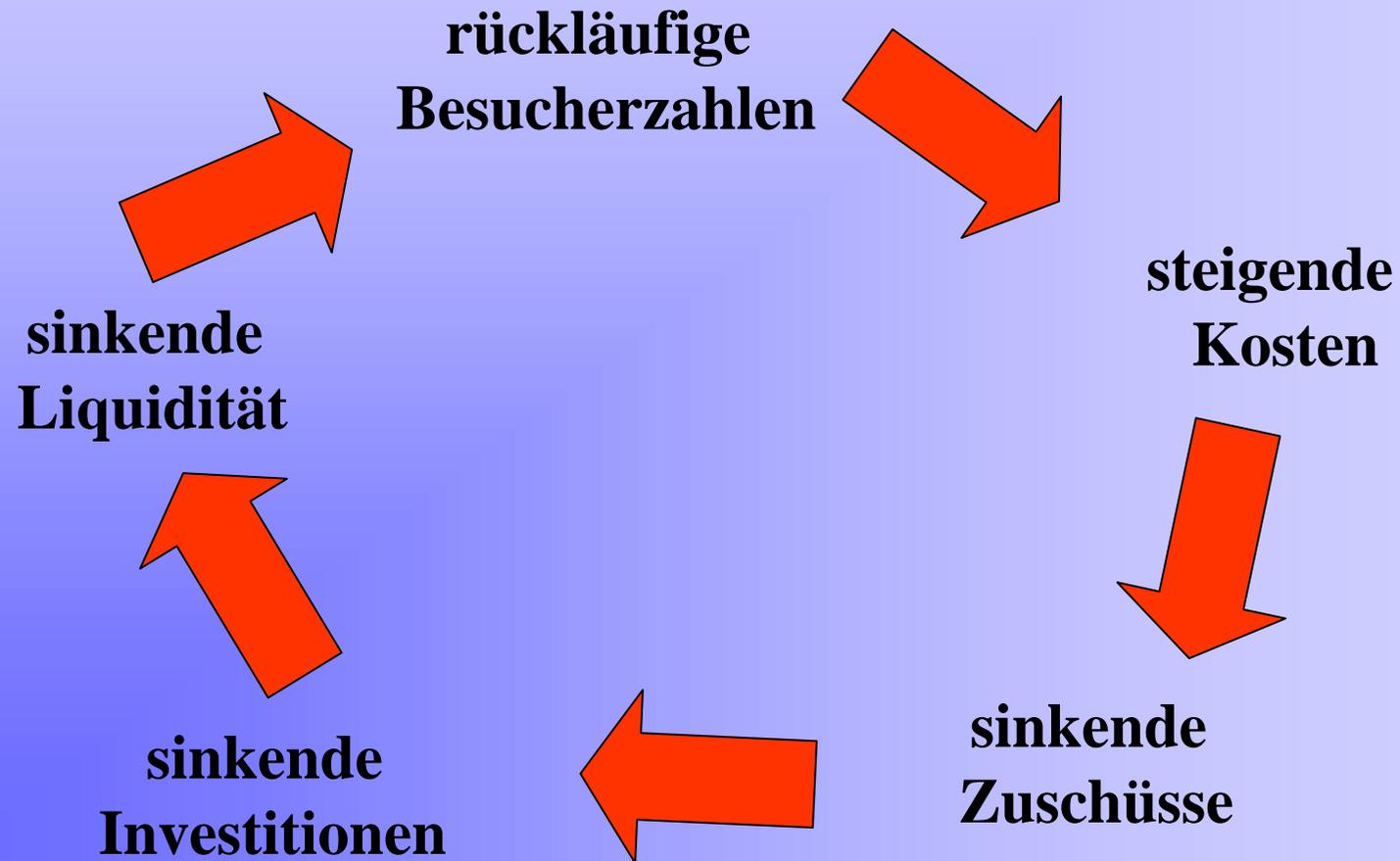




# Inhalte der Präsentation

- Ausgangssituation der Zoogesellschaft
- Die Welt des Sponsorings
  - Motivation von Sponsoren
  - Sponsoringkonzept des Zoo
- Die Welt des Fundraisings
  - Fundraising am Beispiel des Osnabrücker Zoos
- Fundraising für Schulen

# Ausgangssituation





# Einnahmequellen zoologischer Gärten

Selbst unmittelbar  
beeinflußbare Einnahmen

Eintrittserlöse

Pachteinnahmen  
Gastro- und  
Merchandising

Fundraising

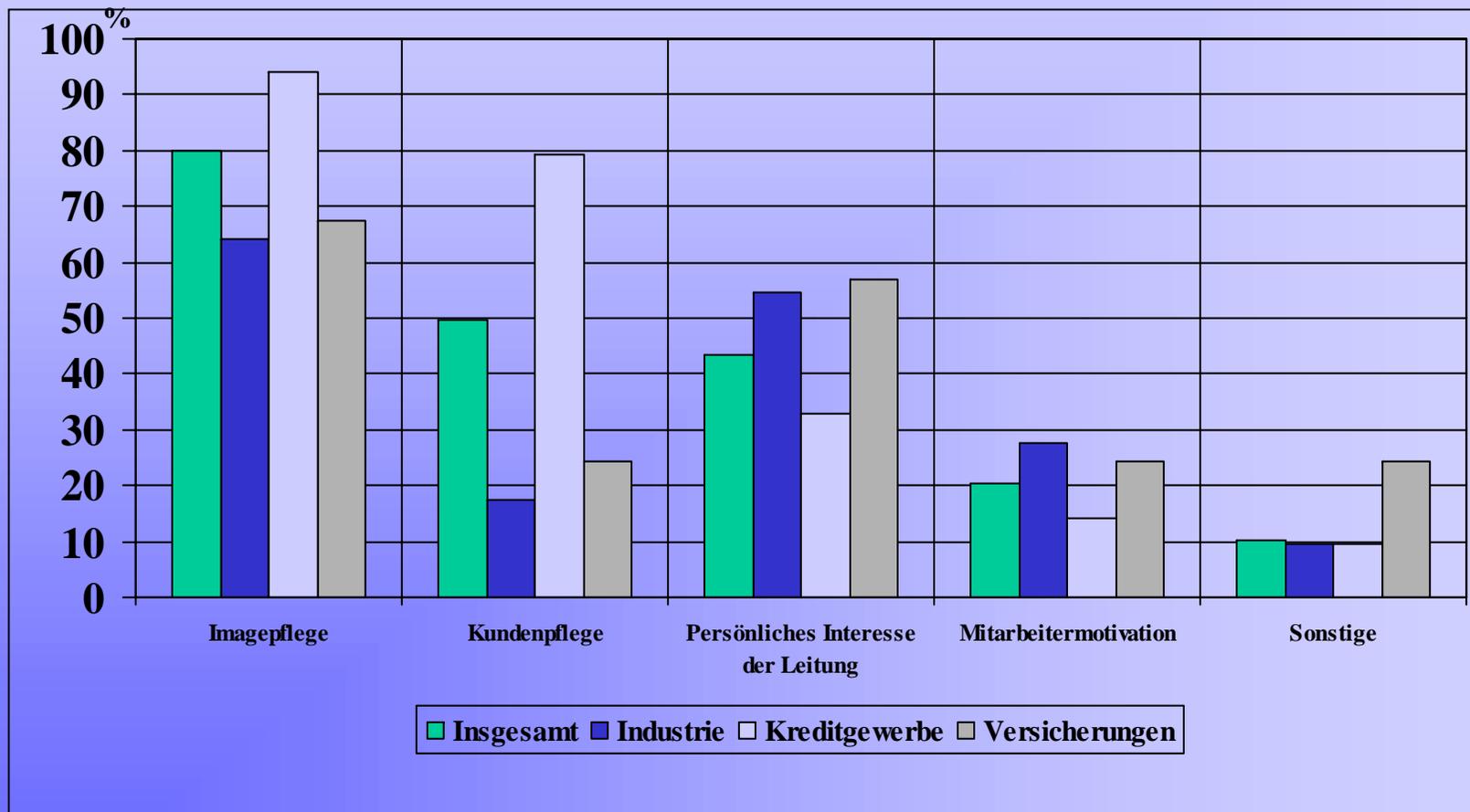
Sponsoring



**ZOO**  
OSNABRÜCK



## Gründe für Kunst- und Kulturförderung nach Unternehmensgruppen



Sponsor Partners Bonn

## Bewertung von Imagedimensionen musikalischer Genres

Imagedimensionen Musikgattungen	Kompetenz	Verantwortung	Prestige	Exklusivität	Innovation	Dynamik	Kreativität	Jugendlichkeit	Modernität	Tradition	Kontinuität	Harmonie
Klassische Musik	●	●	●	●						●	●	●
Neue Musik	●	●			●		●					
Oper	●	●	●	●						●	●	●
Operette		●								●	●	●
Ballet			●	●	●	●	●		●			●
Musical			●		●	●	●		●			●
Jazz	●				●	●	●	●				
Pop und Rock					●	●	●	●	●			
Schlager											●	●
Volksmusik										●	●	●

Quelle: Kohlenberg  
1994

# Sponsor Partners Bonn



# Kulturfinanzierung durch Sponsoring

Praktische Beispiele: hier Imagelinks als wichtiges Mittel der Sponsorenakquise für Kulturevents

## ☞ Landesbühne Hannover

⇒ Produktion „Theatersport“

- Imageprofil:
- Sponsor Nordmilch e. G.

**Fitness, Dynamik, Aktivität**

## ☞ Stuttgarter Musikpodium

- Imageprofil:
- pot. Sponsor? → Uhrenhersteller

**Qualität, Präzision, handwerkliches  
Geschick, Genuß, Sinnlichkeit**

## ☞ Deutsche Telekom

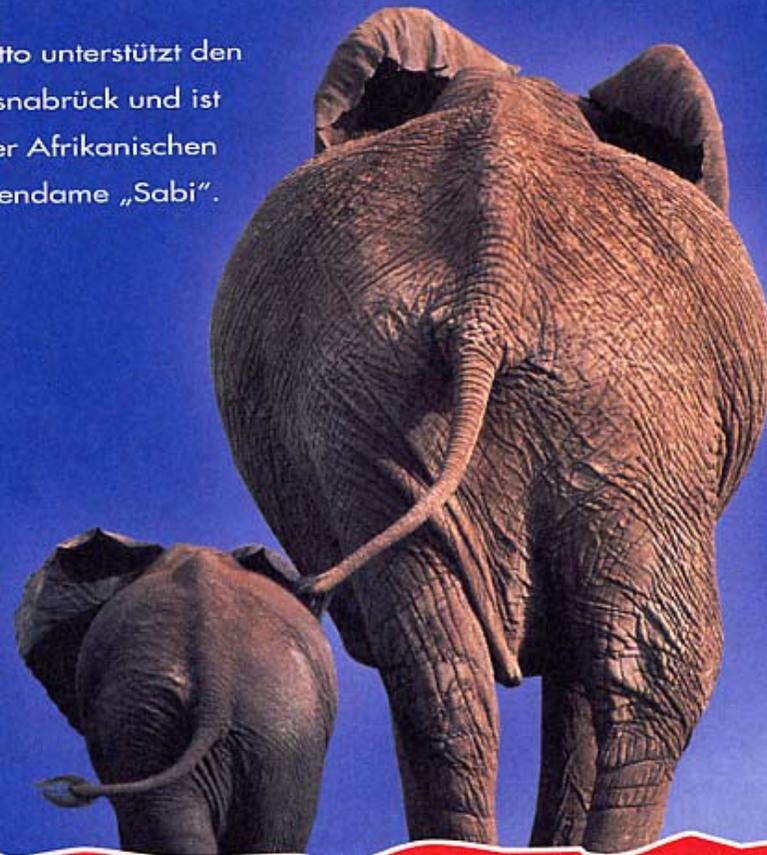
- gewünschtes eigenes Imageprofil:
- daraus resultierend → Team Telekom

**Hightech, Teamgeist, Umwelt,  
Geschwindigkeit, Dynamik**



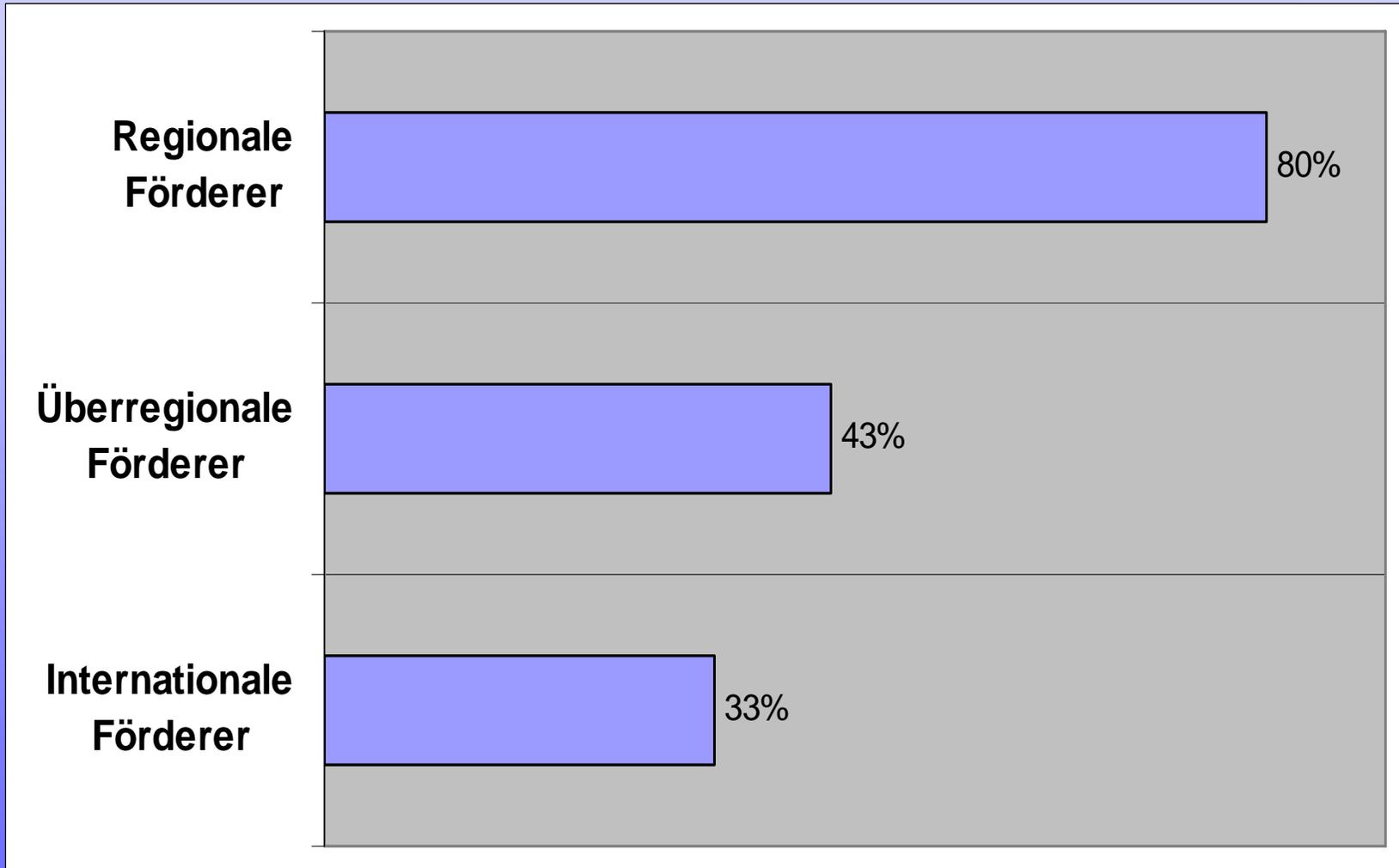
# DIE DICKSTEN GEWINNE GIBT'S BEI LOTTO!

Toto Lotto unterstützt den  
Zoo Osnabrück und ist  
Pate der Afrikanischen  
Elefantendame „Sabi“.



*Ein Gewinn für alle!*

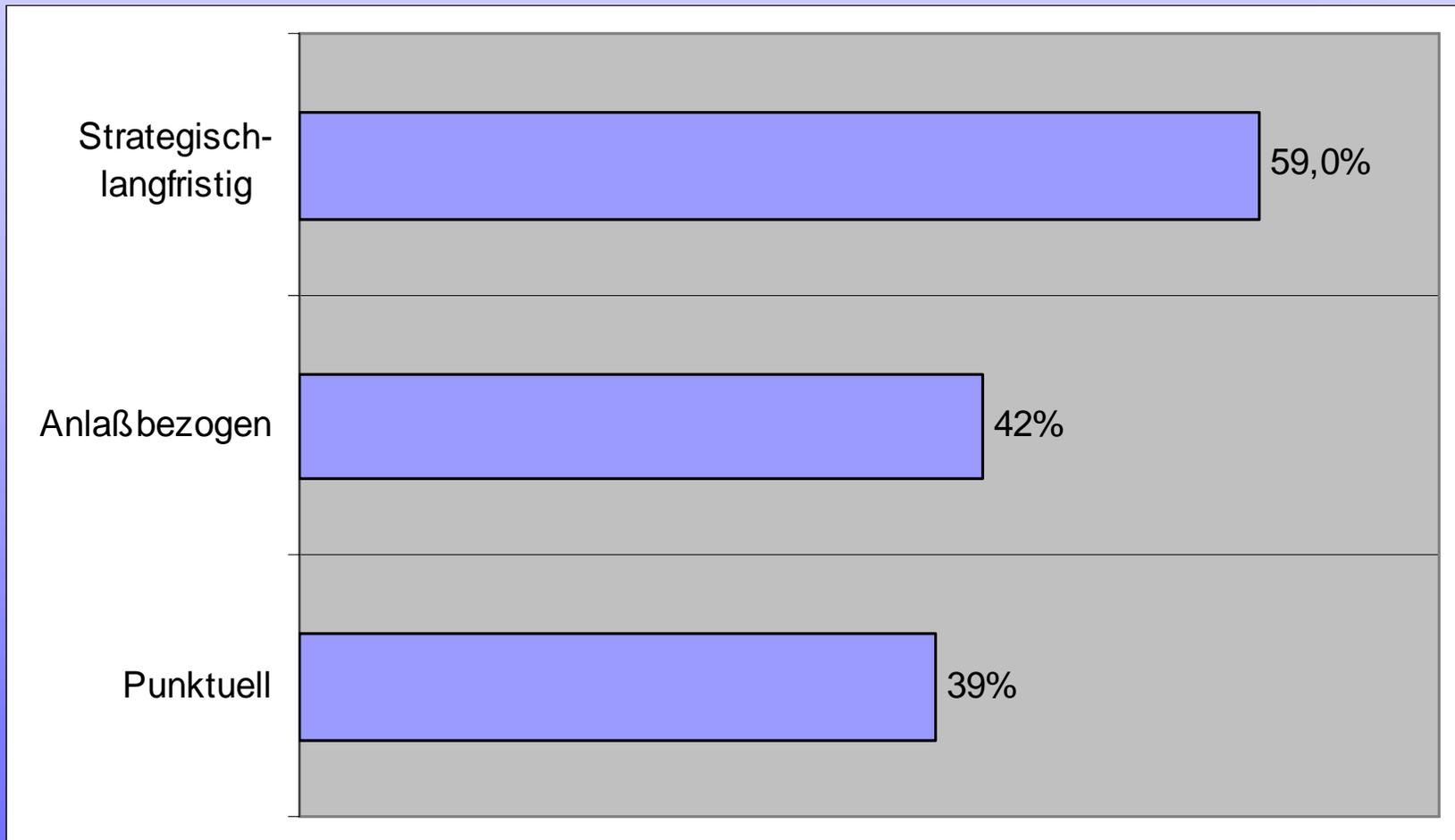
## Räumliche Orientierung des Kultursponsorings



(Mehrfachnennungen)

**Sponsor Partners Bonn**

## Ausrichtung des Kultursponsorings



(Mehrfachnennungen)

**Sponsor Partners Bonn**

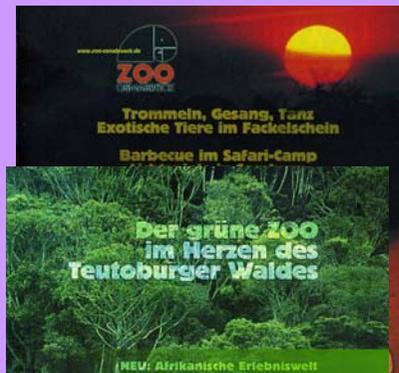
## Kundenbindung



## Mitarbeiter- motivation



## Imagetransfer für Werbepartner



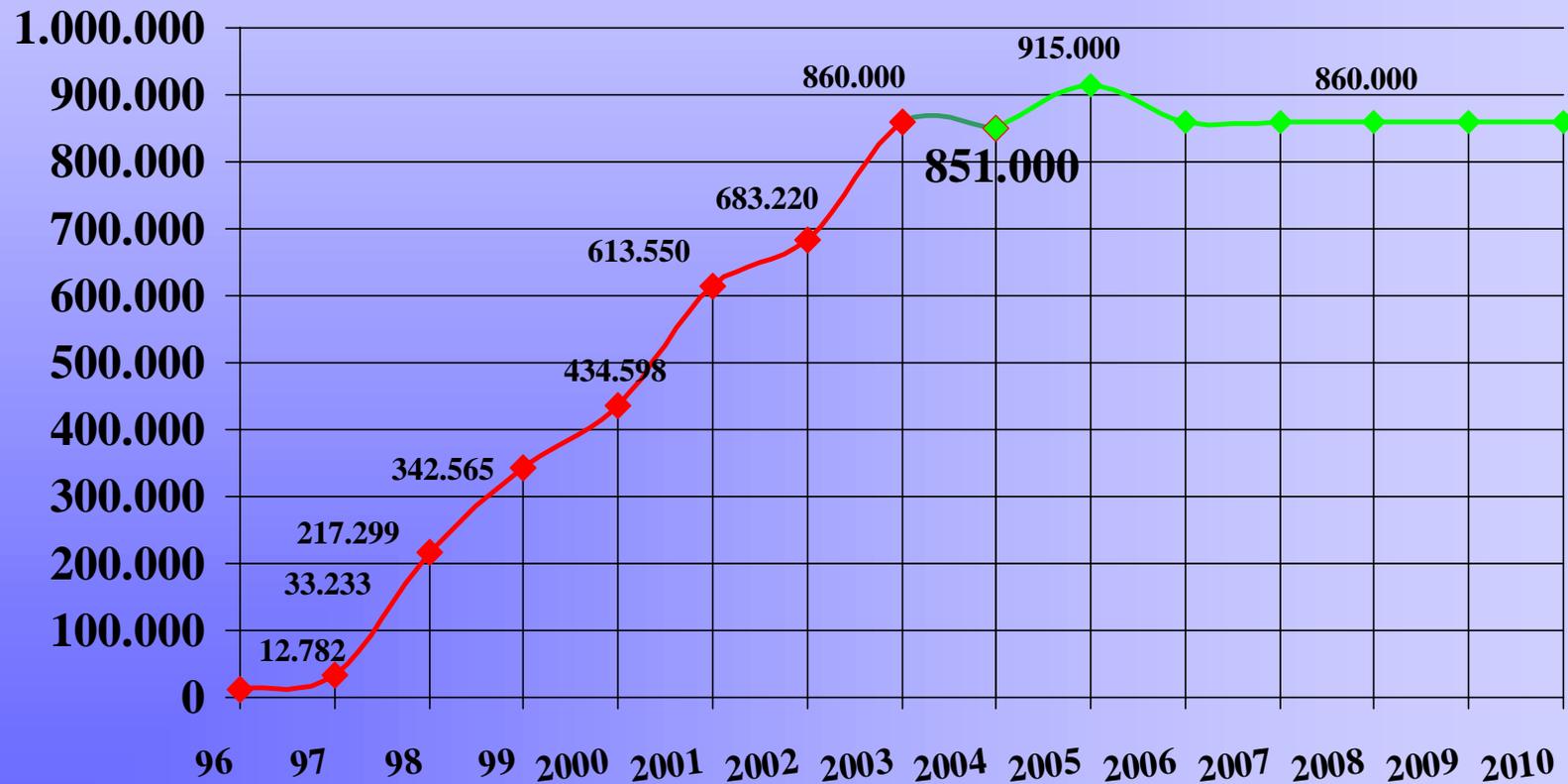
## Networking

- Förderkreistreffen
- Vorteilsangebote
  - Einkauf
  - Belegschaft
  - Abonnenten



# Finanzstatus Ertragsseite

# Sponsoring





# Fundraising

## Die Welt der Spenden



# Fundraising-Konzept des Osnabrücker Zoos

## Die vier goldenen Regeln erfolgreichen Fundraisings

- 1. Eigenständiges Profil entwickeln

- ☞ Warum soll für den Zoo gespendet werden?

- ⇒ Möglichst emotionale Ansätze finden

- ☞ Unterschiedliche Motive für unterschiedliche Zielgruppen

- ⇒ Haltungsbedingungen „unserer“ Tiere verbessern

- ⇒ Artenschutz allgemein

- ⇒ Ausbau „unseres“ Zoos forcieren zum Wohl unserer Region



# Fundraising-Konzept des Osnabrücker Zoos

## • 2. Zielgruppen definieren

- ☞ **Profilierung über Kriterien „Haltungsbedingungen“ und „Artenschutz“**
  - ⇒ Spender aus der Vergangenheit
  - ⇒ Tierpaten
  - ⇒ Mitglieder Zoogesellschaft
  - ⇒ Abonnenten
  - ⇒ Zoobesucher allgemein
- ☞ **Profilierung über Kriterium „Bedeutung des Zoos für die Region“**
  - ⇒ Stadt Osnabrück
  - ⇒ Landkreis Osnabrück
  - ⇒ Einzelhandel, Hotellerie
  - ⇒ OMT, OCM, VVO, ...
- ☞ **Weitere Zielgruppen**
  - ⇒ Staatsanwaltschaft, größere Firmen, Notare, Rotary-Clubs, Lions-Clubs, Förderverein, ...



# Fundraising-Konzept des Osnabrücker Zoos

- 3. Optimalen Fundraising-Instrumentenmix entwickeln

- ☞ **Legate und Grabspenden**

- ☞ Anschreiben an Notare

- ☞ **Lotterien, Tombolas**

- ☞ **Patenschaften**

- ⇒ Patenschaftsmarketing forcieren

- Primärzielgruppe Mitglieder, Abonnenten, Besucher

- Patenschaften werden auch als emotionales Element im Rahmen der Sponsoringstrategie des Zoos eingesetzt

- ☞ **Bußgeldmarketing**

- ⇒ zielorientierte Ansprache der Staatsanwaltschaft

- ☞ **Spendentrichter**

- ☞ **Firmenjubiläen**



# Fundraising-Konzept des Osnabrücker Zoos

- 4. Spenderbindung

- ☞ **Dank abstatten**

- ⇒ Spenderdatei anlegen

- ⇒ regelmäßige Informationen über Zoo-Entwicklung

- symbolische Formen der Anerkennung

- Silbergiraffe für Spender über 500 €

# Fundraising

Am Beispiel der Zusammenarbeit des Zoos mit der  
DBU



# **Dauerausstellung „unter.Welten“**

## **Beweggründe der DBU und des Museums**

- **Die Ressource Boden ist weltweit besonders belastet**
- **Im Gegensatz zu „Wasser“ und „Luft“ wird dies in der breiten Öffentlichkeit noch nicht wahrgenommen**
- **Popularisierung des Themas Boden durch**
  - **Die erlebnisorientierte Dauerausstellung „unter.Welten“**
  - **Möglichst viele Zoobesucher sollten für einen anschließenden Museumsbesuch gewonnen werden**
- **Die räumliche Trennung beider Einrichtung erwies sich hier als Hindernis**

# Unterirdischer Zoo -Die Idee

- Ein **unterirdischer Zoo** soll Zoo und Museum verbinden



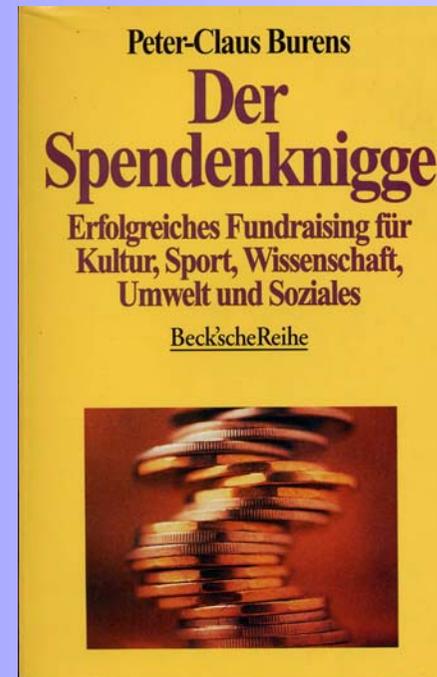
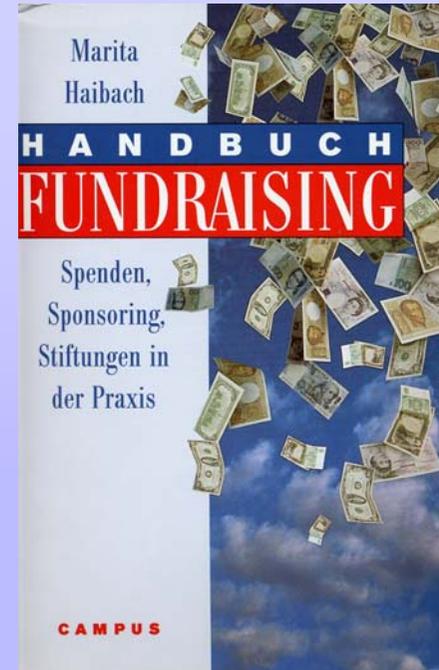
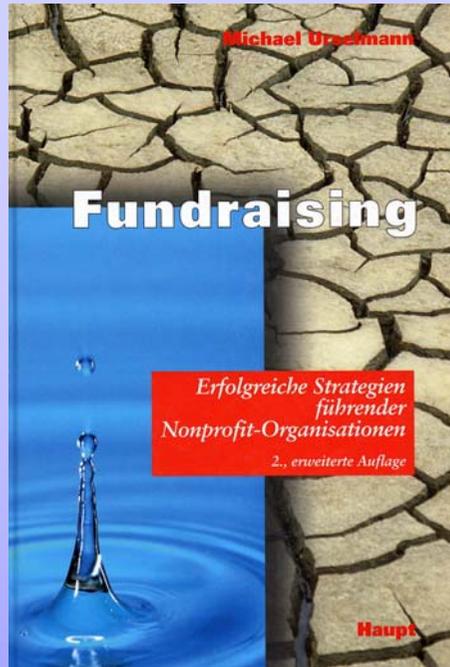
# Unterirdischer Zoo -Die Idee

- Der unterirdische Zoo soll direkt in die Dauerausstellung „unter.Welten“ münden
- Der Besucher hat permanent den Eindruck, sich in einer „**unterirdischen Erlebniswelt**“ zu bewegen
- Die Zoobesucher sollen ohne zusätzliches Ticket den unterirdischen Zoo und das Museum besuchen können





# Fundraising für Schulen





# Fundraising für Schulen

## Die vier goldenen Regeln erfolgreichen Fundraisings

- 1. Aufbauorganisation

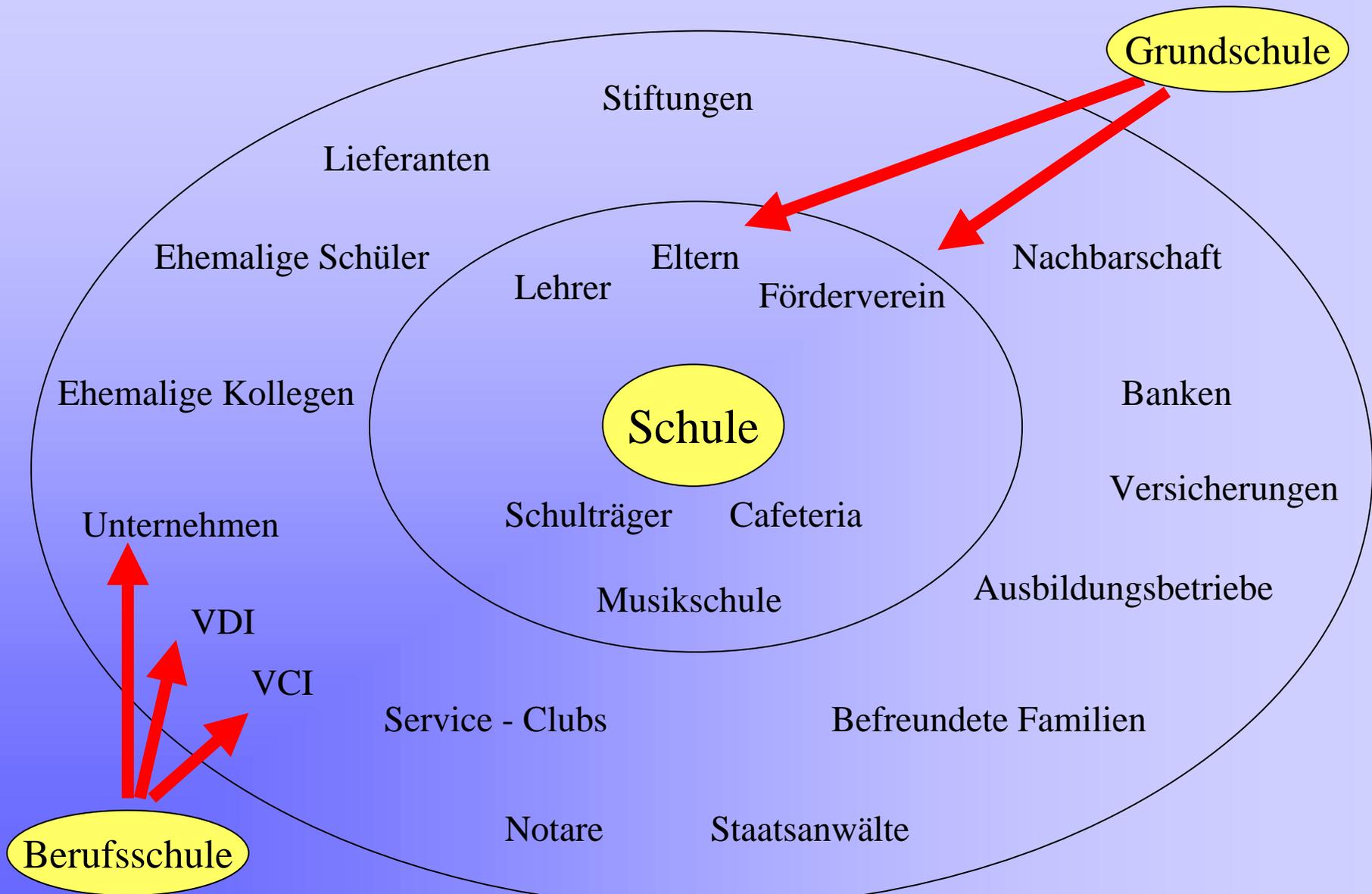
- ☞ Suchen Sie sich ein Team

- ☞ Gibt es eine besonders geeignete Person

- ⇒ Fundraisingbeauftragter

- ⇒ Entwickeln Sie eine schlüssige Strategie

## 2. Identifizieren Sie Zielgruppenpotenziale





# Fundraising für Schulen

## Die vier goldenen Regeln erfolgreichen Fundraisings

- 3. Wofür soll gespendet werden?
  - ☞ Nicht für die Schule / Organisation
  - ☞ Für ein spezielles Projekt
    - ☞ Nutzen, Sinnhaftigkeit, Transparenz



## Die vier goldenen Regeln erfolgreichen Fundraisings

# Fundraising für Schulen

- 4. Instrumenteneinsatz
- Legate und Grabspenden
- Tombolas
  - Preise von Freizeiteinrichtungen
- Patenschaften
- Gelder anderer NPOs
- Bußgelder
- Check out für children
- Payroll-giving
- Firmenspenden/Jubiläen
  - Ehemalige, Eltern
- Spendenläufe
  - Rahmenprogramm
    - Wettsägen
    - Menschenkicker
- Spendentrichter
- Werbemittel
  - PISA-Turm mit Schul-Logo
- Veranstaltungen
  - Flohmarkt auf dem Bauernhof
  - Basar
  - Vortragsreihen
  - Abschlussball



# Fundraising für Schulen

- Veranstaltungsvorschlag Gymnasium
  - Alter forscht
    - Unterrichtseinheiten a 10 Minuten für Eltern
    - in den Klassen der Kinder
    - Mit den Original-Lehrern
    - Abschlusstests
      - Fächerbezogene Fragen
        - » Schwierigkeitsgrade Klasse 5 bis 10
      - Testergebnisse anonym, behalten Teilnehmer, zusätzl. Lösungsbogen
    - Abschlusszertifikat

# Fazit



**Machen Sie Fundraising für Ihre Schule zu Ihrer Angelegenheit!**