

Sponsoring-Beiträge im Corona-Jahr 2020 – Praxisleitfaden

Grundsätze

- Gespräch miteinander suchen
- Langfristig und nachhaltig denken
- Massgeschneiderte Lösungen finden, welche eine Win-Win-Situation ergeben

Analyse der Ist-Situation

Frage 1: Vertrag zwischen Sponsoringgeber und Sponsoringnehmer
Was sagt der Vertrag für den Fall eines Nichtstattfindens der Veranstaltung aufgrund höherer Gewalt aus?

Läuft der Vertrag mit dem Anlass 2020 aus oder dauert er noch länger?

Frage 2: Passt das Engagement zur Strategie von Sponsoringgeber und Sponsoringnehmer und ist die Zusammenarbeit für beide Seiten erfreulich?

Frage 3: Wie hoch sind die durch den Sponsoringnehmer für den Sponsoringgeber zum Zeitpunkt der Verschiebung/der Absage erbrachten Leistungen in Franken?

Frage 4: Wie hoch sind die gesamten, zum Zeitpunkt der Verschiebung/der Absage getätigten Aufwendungen des Sponsoringnehmers in Prozent des gesamten Aufwandbudgets?

Branchenüblich sind Ende April für Sommerfestivals je nach Durchführungszeitpunkt 15 bis 25% des Jahresbudgets ausgegeben.

Welcher Betrag ergibt sich, wenn dieser Prozentsatz auf die Cash-Leistungen des entsprechenden Sponsoringgebers angewendet wird?

Frage 5: Welcher Anteil des entstandenen Schadens verbleibt auch nach Inanspruchnahme von Ausfallentschädigungen beim Veranstalter?

Aufgrund der Verordnung werden mindestens 20% des Schadens beim Veranstalter verbleiben.

Empfehlungen für Lösungsansätze

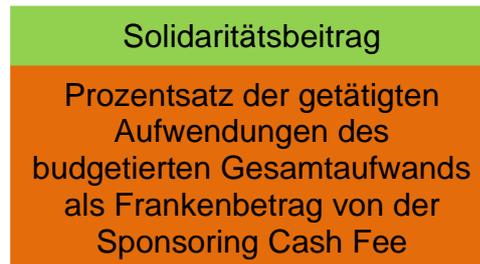
Frage 2: erfüllt \Rightarrow Vertrag mindestens um das Corona-Jahr verlängern

Frage 3: CHF X \Rightarrow CHF X ist die für das Corona-Jahr mindestens fällige Leistung des Sponsoringgebers.

Frage 4: CHF Y \Rightarrow CHF Y ist die für das Corona-Jahr nach Möglichkeit fällige Leistung des Sponsoringgebers, sofern sich aus Frage 1 nichts Gegenteiliges ergibt.

Die sich aus den Fragen 3 und 4 ergebenden Beträge können je nach Möglichkeiten und Philosophie des Sponsoringgebers sowie je nach den getätigten Akonto-Zahlungen unter Berücksichtigung der Antwort auf Frage 5 um einen Solidaritätsbeitrag erhöht werden.

Im Gegenzug kann der Sponsoringnehmer bei Erhalt eines Solidaritätsbeitrags zusätzliche, andere oder spätere Leistungen für das Entgegenkommen des Sponsoringgebers erbringen.



Zu berücksichtigen sind weiter folgende Faktoren:

- Spezifisch grosser Aufwand für Beratung und Vorbereitung für den entsprechenden Sponsoringgeber \Rightarrow Beeinflussung des Betrages nach oben
- Betroffenheit der Branche, in welcher der Sponsoringgeber tätig ist: Sofern diese gross ist \Rightarrow Beeinflussung des Betrages nach unten

Die SMPA empfiehlt,

- die Verhandlungen frühzeitig zu beginnen,
- den Vertrag möglichst bald um ein Jahr vorzutragen und
- in einem ersten Schritt nur einen Mindestbetrag des Sponsoringgebers zu vereinbaren, der je nach Erhalt von weiteren Unterstützungen seitens Bund und Kanton und je nach aktueller Situation bei Sponsoringnehmer und -geber im Spätherbst noch einmal verhandelt werden kann. Es kann angezeigt sein, diesen Betrag für Projekte im Folgejahr zu verbuchen.
- Getätigte Akonto-Zahlungen: Je nach Präferenzen und Möglichkeiten des Sponsoringgebers können diese einbehalten und gemäss aktualisierter Vereinbarung verbucht oder zurückerstattet werden.