

Theater Görlitz-Zittau: Neue Ära des Sponsorings durch Namensrechte

Das Gerhart-Hauptmann-Theater Görlitz-Zittau eröffnet neue Sponsoring-Möglichkeiten und macht auf Theaterbesuche aufmerksam.

Im ostsächsischen Görlitz-Zittau wird das Gerhart-Hauptmann-Theater einen mutigen Schritt in eine neue Ära des Sponsorings wagen. Ab dieser Spielzeit können Unternehmen und Privatpersonen Namensrechte für das Theater erwerben. Dies bedeutet, dass das traditionsreiche Haus, benannt nach dem Literatur-Nobelpreisträger Gerhart Hauptmann, möglicherweise bald unter einem ganz neuen Namen zu finden sein könnte. Theatersäle könnten dann möglicherweise den Namen eines bekannten Unternehmens tragen – ein spannender, wenn auch umstrittener Vorschlag.

Intendant Daniel Morgenroth hat diesen innovativen Ansatz als Teil einer Strategie vorgestellt, um das Theater wirtschaftlich zu stärken. „Es ist durchaus denkbar, dass wir eines Tages mit Namen wie Allianz- oder Coca-Cola-Theater auf dem Spielplan stehen“, erklärte er. Die Idee, selbst ein Unternehmen wie Red Bull ins Boot zu holen, zeigt, wie weit die Überlegungen und Möglichkeiten reichen könnten. Das Theater wirbt damit, eine „exzellente und zahlungskräftige Klientel“ anzuziehen, die jährlich über 150.000 Zuschauer zählt. Morgenroth hebt hervor: „In Deutschland gehen jedes Jahr mehr Menschen ins Theater als ins Fußballstadion“, und dieser Trend zu weiterem Wachstum soll durch das Sponsoring unterstützt werden.

Sponsoring als neue Einnahmequelle

Der Verkauf der Namensrechte eröffnet für das Theater interessante Perspektiven: Interessierte Parteien können ein Gebot für die Namensrechte abgeben, was alles von der Nennung auf der Theater-Homepage über Printprodukte bis hin zu Social-Media-Plattformen umfasst. Diese Initiative könnte eine neue Einkommensquelle für die Spielstätte darstellen. Auch die Anbringung von Partner-Logos an den Hausfassaden ist dabei eine Option.

Die Entscheidung, mit Namensrechten zu jonglieren, ist vor dem Hintergrund eines strikten wirtschaftlichen Umfelds zu verstehen. Theater kämpfen oft um finanzielle Mittel und Publikum. Die Ankündigung läutet die neue Spielzeit unter dem Motto „Kapital“ ein. Auf dem künstlerischen Spielplan stehen Werke wie Molières „Der Geizige“ und eine moderne Inszenierung des Klassikers „Der Große Gatsby“, die ein immersives Theatererlebnis verspricht. Eine besonders spannende Premiere wird die Oper „Gramsci“ sein, die sich mit dem italienischen Hegemonietheoretiker Antonio Gramsci beschäftigt und von Cord Meijering, einem Schüler des renommierten Komponisten Hans-Werner Henze, uraufgeführt wird.

Die Theaterlandschaft in Deutschland ist bekannt für ihren Reichtum an künstlerischem Schaffen und traditioneller Werte. Die Entscheidung eines Theaters, sich auf diese kommerzielle Weise zu präsentieren, könnte jedoch von weitreichender Bedeutung sein. Es bleibt abzuwarten, welche Unternehmen sich von dieser Initiative angesprochen fühlen und ob die Transformation der Namensrechte tatsächlich den gewünschten Effekt bringen kann.

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de