

# Die Albertina holt Superfund als Sponsor



Die Albertina gilt mit ihren Schätzen als eines der Top-10-Museen in der Welt

**Superfund und Albertina sind auf drei Jahre ein Team. Das Kunst-sponsoring sichert Ausstellungsqualität und Betrieb. Superfund kann seinen Kunden Elitäres bieten.**

Albertina-Direktor Klaus Albrecht Schröder und Superfund-Gründer Christian Baha beschreiten die kommenden drei Jahre gemeinsam. Der Albertina-Chef konnte den Hedge Fonds-Anbieter als einen Hauptsponsor gewinnen. Beide Seiten profitieren von diesem Deal.

Die Albertina ist mit ihren rund 160 Angestellten sozusagen ein grösserer Mittelbetrieb. Sie ist 365 Tage im Jahr geöffnet. Im Schnitt wird jeden Monat eine attraktive Ausstellung in Österreichs meistbesuchtem Museum geboten. Das kostet viel Geld. „Wenn der Steuerzahler beschliesst, alles zu bezahlen, braucht man weder Eintrittspreis noch private Sponsoren“, sagt Albertina-Chef Schröder.

„Leider spielt es das nicht.“

Aus Bundesmitteln erhält die weltweit renommierte Kunstsammlung 5,5 Millionen €. Das deckt nicht einmal die Fixkosten der Albertina. Auch zusammen mit den Eintrittsgeldern der jährlich 600.000 bis 800.000 Besucher schafft das Museum keinen ausgeglichenen Haushalt.

Um die Qualität des 250 Jahre alten Hauses zu gewährleisten, muss der Albertina-Manager Drittmittel wie Sponsoring-Gelder aus der

Wirtschaft lukrieren. Die Anbahnung dauerte ein Jahr, jetzt ist der Deal mit Superfund fix: Schröder: „Die Entscheidung zusammenzuarbeiten, ist früh gefallen. Der Umsetzungsprozess dauerte länger.“

## Neuausrichtung

Für Baha bedeutet das Kultur-Sponsoring eine Neuausrichtung seiner Werbeaktivitäten: „Wir haben mit dem Sport angefangen. Das ist in jedem Kopf drinnen.“ Sport-sponsoring sei fürs schnelle Branding der Marke auch wichtig gewesen und die Engagements werden auch beibehalten. „Aber Kultur passt besser zu uns“, sagt Baha. Die Albertina gilt als eines der Top-10-Museen der Welt, 50 Prozent der Besucher sind Ausländer, sagt Schröder. An diese Attraktivität knüpft Baha an: „Wir können mit der Albertina unseren Top-Kunden Exklusives bieten, Ausstellungs-Premieren und besondere Führungen. Veranstaltungen, die man sich nicht kaufen kann.“

## SUPERFUND

Der Hedge Fonds-Anbieter ist beim Sponsoring vor allem im Sport verankert. Die bekanntesten Engagements sind die Fussballklubs Pasching und AS Monaco. Die prominentesten Superfund-Werbegesichter sind Niki Lauda, Thomas Muster und Herbert Prohaska. Das Kultur-sponsoring ist noch bescheiden: Neben der Albertina ist Superfund Hauptsponsor beim Burgtheater und beim Kabarett Simpel. Ausserdem unterstützt Superfund die Lipizzaner.

HANS PLEININGER

h.pleiningger@wirtschaftsblatt.at