

SPONSOREN NEWS

AUSGABE 01/2017



*Mia spuin
fia eich*

Gedruckt von:
die printzen
Meisterdruckerei.



ZUKUNFT SSV JAHN –

Gemeinsam Grenzen verschieben ▶ SEITE 4-5

- ▶ Regensburger Spendenaffäre: Die Position des SSV Jahn ▶ SEITE 2-3
- ▶ Veranstaltungsrückblick:
Neujahrsempfang & Marketing-Workshops ▶ SEITE 6 und 7
- ▶ Schulterblick: Projekt 29 ▶ SEITE 8

REWAG

saller
www.sport-saller.de



andré media AG

Netto
Marken-Discount



BTT BAUTEAM TRETZEL GMBH



Dallmeier



SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, LIEBE SPONSOREN UND PARTNER,

unvermittelt ist der SSV Jahn in den ersten Wochen des Jahres 2017 Spielball von Spekulationen und Schlagzeilen im Zusammenhang mit der sogenannten Regensburger Spendenaffäre geworden. Der SSV Jahn verneint ausdrücklich jedwede Verbindung zu den im Raum stehenden Vorwürfen. Ein etwaiges Zusammenspiel zwischen Grundstücksgeschäften des Bauteam Tretzel (nachfolgend BTT) mit der Stadt Regensburg und Mittelzuflüssen von BTT an den SSV Jahn fand zu keinem Zeitpunkt auf institutioneller Ebene des SSV Jahn statt – weder in Gremiensitzungen, noch in Vertragsverhandlungen des SSV Jahn mit BTT.

Die zwischen dem SSV Jahn und BTT auf drei Ebenen unterhaltene Geschäftsbeziehung lässt sich stattdessen wie folgt skizzieren:

(1) BTT ist seit dem Jahr 2010 Hauptanteilseigner der für den Profispielbetrieb verantwortlichen SSV Jahn Regensburg GmbH & Co. KGaA. In seiner Funktion als Hauptaktionär hat BTT in den Anfangsjahren zur Sicherung des Fortbestands, ab 2013 dann zur Ermöglichung der Kernsanierung und Neuausrichtung des SSV Jahn seine Clubanteile auf einen Anteilbesitz von heute ca. 90% ausgebaut. Unter anderem konnten so Wachstumsmaßnahmen wie die Anschaffung der LED-Bande in der Continental Arena finanziert werden. Vorstufe der Sanierungs- und Wachstumsfinanzierung waren dabei oftmals Darlehensgewährungen, die später im Zuge von Kapitalerhöhungsmaßnahmen getilgt wurden.

(2) BTT unterhält zudem seit über einem Jahrzehnt eine Sponsorenbeziehung mit dem SSV Jahn auf Premium Partner-Niveau. Wie bei jeder Sponsorenbeziehung des SSV Jahn stehen dabei Leistung und Gegenleistung im Gleichgewicht.

(3) Schließlich hat BTT vor Gründung der SSV Jahn Regensburg GmbH & Co. KGaA den Fortbestand des seinerzeit insolvenzbedrohten Muttervereins SSV Jahn Regensburg e.V. mit diversen Spendenmaßnahmen gesichert. Seit dem Jahr 2013 – hier wurden Altlasten aus den Jahren 2005 und 2007 abgetragen – sind keine Spenden von BTT mehr an den Mutterverein geflossen.

In Summe lässt sich somit dreierlei festhalten:

(1) Sämtliche Geschäftsbeziehungen des SSV Jahn zu BTT haben stets kaufmännische Gütestandards bedient und sind nicht zu beanstanden.

(2) Gerade weil der SSV Jahn im Verhältnis zu BTT stets vollkommen beanstandungslos agiert hat, wird er in seiner Funktion als Zeuge zur lückenlosen Aufklärung der mutmaßlichen Spendenaffäre beitragen und allen behördlichen Unterstützungsanfragen

umfassend nachkommen. In diesem Zusammenhang wurden unter anderem bereits freiwillig sämtliche von den Ermittlungsbehörden angefragten Protokolle von Gremiensitzungen und ferner auch deren Entwürfe herausgegeben.

(3) Unstrittig ist unabhängig von allen bei der Spendenaffäre im Raum stehenden Vorwürfen aber auch, dass es den SSV Jahn – wie Sie ihn heute kennen und wahrnehmen – ohne BTT nicht geben würde. Ohne die durch BTT initialisierte heutige wirtschaftliche Solidität des SSV Jahn würde es als Folgeeffekt auch die Continental Arena nicht geben.

Nachdem BTT bereits zu Beginn der Spendenaffäre im Spätsommer 2016 avisiert hatte, seine Geschäftsbeziehung mit dem SSV Jahn zu beenden, stellt sich nunmehr die Frage nach den Auswirkungen dieses Ausstiegs: Wir können Ihnen dabei versichern, dass der SSV Jahn erfolgreich daran arbeitet, seine wirtschaftliche Autarkie zu realisieren. Der Jahn soll auf einem breiten, stabilen finanzwirtschaftlichen Fundament stehen, getragen von möglichst vielen Unternehmen und Unternehmern aus der Region Ostbayern.

Begonnen hat dieser Autarkieprozess Ende 2013 mit der Implementierung einer unverwechselbaren Markenidentität. Seitdem ist klar, wohin der Weg des SSV Jahn gehen soll und wie der SSV Jahn seinen Weg gehen will. Unsere Vision ist, die Kraft des weichen Standortfaktors Profifußball für Regensburg und die ganze Region Ostbayern nutzbar zu machen. Dafür muss sich der SSV Jahn in all seinem Handeln jenen Werten verpflichten, die Ostbayern zu einer der wirtschaftlich prosperierendsten Regionen in ganz Deutschland gemacht haben: Ambition, Bodenständigkeit und Glaubwürdigkeit sind deshalb die Leitmaximen des SSV Jahn von heute.

Auf Basis dieser Werte kann der Jahn auf drei Ebenen dazu beitragen, Regensburg und Ostbayern noch zukunftsfähiger und erfolgreicher zu machen:

(1) Profifußball verbindet wie kein anderer Lebensbereich Menschen über alle Grenzen, Altersklassen, Kulturen, Religionen und sozialen Schichten hinweg und baut damit wie eine Art sozialer Kit verbindende und integrative emotionale Brücken. Rund 82 % aller Deutschen interessieren sich für Fußball, im Einzugsgebiet des SSV Jahn sind das über 1.2 Millionen Menschen.

(2) Profifußball hat eine Freizeit- und Unterhaltungsfunktion. Im Wettbewerb um die besten Fachkräfte und klügsten Köpfe, dem sich auch Regensburg immer stärker stellen muss, spielen berufs begleitende Aspekte wie die am Standort vorherrschenden Angebote in Sport und Freizeit eine immer größere, vielleicht sogar eine entscheidende Rolle.

(3) Profifußball ist schließlich ein omnipräsenter medialer Botschafter. Schon heute ist der SSV Jahn die ostbayerische Institution mit der mit weitem Abstand größten medialen Strahlkraft. Auf keinem anderen Weg kann das Renommee von Regensburg und Ostbayern daher besser über die regionalen Grenzen hinaus nach außen getragen werden als über den Fußball.

Das Relegationsrückspiel gegen den VfL Wolfsburg II hat dabei den eindrucksvollen Beleg dafür erbracht, dass die Faszination Profifußball auch in Regensburg wirken kann. Anspruch und zugleich Verantwortung des SSV Jahn ist es, diese Standortkraft des Profifußballs bestmöglich und dauerhaft zu bespielen. Bei der Erfüllung dieser Aufgabe befindet sich der SSV Jahn – gemessen an seiner Verankerung in der regionalen Wirtschaft – auf dem richtigen Weg, ohne aber bereits am Ziel zu sein. Aus rund 60 Sponsoren im Jahr 2013 sind heute über 210 Partner aus ganz Ostbayern geworden. Damit einhergehend ist die Zukunft des SSV Jahn auch nicht mehr an den Fortbestand der Geschäftsbeziehung zu BTT gebunden.

Dennoch muss die wirtschaftliche Basis des SSV Jahn weiter verbreitert werden, um die Konkurrenzfähigkeit im harten Fußballgeschäft zu sichern. Mittelfristig müssen aus 210 Sponsoren 300 und aus heute 3,5 Mio. EUR Sponsoringlösen 4,5 Mio. EUR

werden. Beim Streben nach diesen Zielen leitet uns die Überzeugung, dass die Unternehmen unserer prosperierenden Heimatregion den Standortfaktor Profifußball erkennen und systematisch von diesem profitieren wollen. Die strategischen Stellhebel, die es dafür seitens des SSV Jahn zu justieren gilt, zeigt Ihnen der Beitrag „Zukunft SSV Jahn – Gemeinsam Grenzen verschieben“ in dieser Sponsoren News auf.

Weitaus wichtiger als diese strategischen Stellhebel sind ganz allgemein – aber insbesondere auch in der aktuellen politischen Gesamtgemengenlage – jedoch zwei fundamentalere Dinge: Der SSV Jahn und wir als handelnde Verantwortliche benötigen Ihr Vertrauen und Ihre Loyalität. Ambitioniert, bodenständig und glaubwürdig geht es gerade jetzt mehr denn je darum, gemeinsam Stärke zu zeigen und gemeinsam Grenzen zu verschieben. Lassen Sie uns diese Aufgabe mit vereinten Kräften anpacken. Die Menschen in Ostbayern sollen mit Ihrer und durch Ihre Unterstützung stolz auf den SSV Jahn sein können.

Wir versprechen Ihnen, dass sich dieses Vertrauen und diese Loyalität auszahlen werden. Legen wir also gemeinsam los und machen Profifußball zum Standortfaktor für Ostbayern.

Hans Rothammer
Vorstandsvorsitzender
SSV Jahn Regensburg e.V.

Dr. Christian Keller, MBA
Geschäftsführer Profifußball
SSV Jahn Regensburg GmbH & Co. KGaA

Philipp Hausner
Leiter Vermarktung Geschäftskunden & Prokurist
SSV Jahn Regensburg GmbH & Co. KGaA



ZUKUNFT SSV JAHN – GEMEINSAM GRENZEN VERSCHIEBEN

Im Zuge der aktuellen Entwicklungen rund um die Regensburger Spendenaffäre und aufgrund der angekündigten Beendigung der Geschäftsbeziehung zwischen dem Bauteam Tretzel (nachfolgend: BTT) und dem SSV Jahn rückt ein Fragenkomplex besonders in den Fokus: **Wie stellt sich der SSV Jahn für seine zukünftige positive Weiterentwicklung auf?** Blicken wir deshalb gemeinsam auf den aktuellen Stand und die angestrebten Entwicklungen.

sondern über viele kleine Verbesserungen in teils sehr unterschiedlichen Bereichen. Im Kalenderjahr 2017 haben wir uns daher **sechs Stoßrichtungen** verschrieben, um den SSV Jahn auf sportlicher, kaufmännischer und übergeordneter Ebene besser zu machen. Diese sechs Stoßrichtungen veranschaulicht Ihnen das untenstehende Schaubild:



Ausgangsbasis aller Überlegungen ist die zentrale Feststellung, dass der SSV Jahn bereits heute – auch ohne Geschäftsbeziehung zu BTT – aus eigener Kraft in der Lage ist, einen angemessenen und in sportlicher Hinsicht den Klassenerhalt versprechenden Drittliga-Spielbetrieb autark zu finanzieren. Dieser erfreuliche Umstand ist im Wesentlichen auf die seit dem Jahr 2013 angestoßene Kernsanktionierung und Neuausrichtung des SSV Jahn zurückzuführen. Heute steht der SSV Jahn für unternehmerische Professionalität und wirtschaftliche Solidität. Gepaart mit der neuen stadion- und ligabedingten Vermarktungsattraktivität wird der SSV Jahn deshalb mittlerweile von einem beachtlichen Fundament von über 210 Sponsoren und Partnern aus der gesamten ostbayerischen Wirtschaft getragen.

Der erreichte Status Quo ist für den SSV Jahn Anlass, Herausforderung und Antrieb zugleich, um unter dem Motto „**Grenzen verschieben**“ in 2017 und den Folgejahren auf allen Ebenen nach mehr zu streben, um seiner Rolle als weicher Standortfaktor und Botschafter für Ostbayern bestmöglich gerecht zu werden. Eine solche positive Weiterentwicklung vollzieht sich jedoch nicht rasant,

Im sportlichen Bereich soll bei den Jahn Profis **mehr Konstanz** realisiert werden: Zum einen mehr Konstanz in den sportlichen Leistungen, zum anderen aber auch mehr Konstanz in zentralen leistungsbeflussenden Faktoren. Wichtigster Faktor ist dabei die personelle Kontinuität auf Schlüsselpositionen, d.h. die langfristige Zusammenarbeit mit den entscheidenden Personen im Trainerteam, allen voran Heiko Herrlich, aber auch mit den Führungsspielern der Jahn Profis. Nur ein gewachsenes Team wird die für eine Etablierung im Profifußball erforderlichen Anforderungen stemmen und sich nachhaltig mit den Jahn Markenwerten Ambition, Bodenständigkeit und Glaubwürdigkeit identifizieren.

Zweite sportliche Stoßrichtung ist es, ein **Mehr an Talentpotenzial** für den SSV Jahn zu realisieren. Durch die stetige Weiterentwicklung der Jahnschmiede auf konzeptioneller, struktureller und personeller Ebene sollen die Nachwuchstalente aus ganz Ostbayern langfristig bestmöglich gefördert und gefordert werden. Um unser mittlerweile von Seiten des DFB anerkanntes Nachwuchsleistungszentrum zur tragenden Zukunftssäule unserer Profimannschaft zu machen, ist auf dem eingeschlagenen Weg jedoch Durchhaltevermögen

vonnöten. Früchte einer professionellen Nachwuchsarbeit lassen sich im Regelfall erst nach 6-8 Jahren ernten. Die Jahnschmiede befindet sich auf diesem Weg aktuell in Jahr vier.



Der kaufmännische Bereich definiert die Rahmenbedingungen und Möglichkeiten für unsere beiden sportlichen Zieldimensionen wesentlich. Durch **mehr Sponsoringkraft** kann die Entwicklung des SSV Jahn entscheidend beschleunigt werden. Darunter verstehen wir im ersten Schritt die bestmögliche Betreuung und Bindung unserer bestehenden Partner über passgenaue, lebendige Kooperationen mit echten Mehrwerten. Über den Zugewinn weiterer Partner und einen breiten, wachsenden Zuspruch aus der gesamten Region Ostbayern ist im zweiten Schritt weiteres Wachstum erreichbar. Mittelfristig müssen aus heute 210 Sponsoren deshalb 300 und aus heute 3,5 Mio. EUR Sponsoringumsatz 4,5 Mio. EUR werden. Von diesem angestrebten Wachstum profitiert nicht nur der Jahn, sondern insbesondere auch seine Partner und Sponsoren. Denn ein Zugewinn an Sponsoringkraft führt zu einer Erhöhung der sportlichen Leistungsfähigkeit und Erfolgsaussicht des SSV Jahn, wodurch eine katalysierende Wirkung für die Marketingplattform SSV Jahn und damit jedes einzelne Sponsorship eintritt. Dafür bieten wir innovative und kreative Kooperationsansätze, die wir individuell auf Ihre Unternehmens- und Marketingziele zuschneiden.

Über **mehr Spieltagsattraktivität** soll die Zahl der Stammzuschauer weiter erhöht und neue Zuschauer hinzu gewonnen werden. Dabei ist der SSV Jahn bereits in der laufenden Spielzeit 2016/17 auf einem guten Weg zum besten Drittliga-Zuschauerschnitt der Vereinsgeschichte. Während der bisherige Bestwert mit durchschnittlich etwas über 3.800 Zuschauern aus der Abstiegssaison 2014/15 stammt, kommen im bisherigen Saisonverlauf 2016/17 durch-



schnittlich etwa 5.400 Zuschauer zu den Heimspielen des Jahn, also rund 42 Prozent mehr. Mit einer zur Spielzeit 2017/18 verbesserten Angebotsstruktur, bedürfnis- und zielgruppengerechten Sonderarrangements sowie einer Erhöhung der Erlebnis- und Aufenthaltsqualität bei unseren Spielen möchten wir den nächsten Schritt gehen.

Als übergreifende Stoßrichtungen sind solche zu verstehen, die sich gleichermaßen positiv auf alle Entwicklungsziele des SSV Jahn auswirken und umgekehrt. Das beginnt bei der grundlegenden Wahrnehmbarkeit des SSV Jahn in Ostbayern. Über **mehr Sichtbarkeit** im Alltag der Menschen der Region soll es im ganz wörtlichen Sinne kein Vorbeikommen mehr am Jahn geben. Der Jahn soll Teil der Lebenswelt möglichst vieler Menschen werden. Dazu dient im weitesten Sinne jeder Kontaktpunkt, den ein Individuum mit dem SSV Jahn haben kann. Den größten Hebel besitzen dabei natürlich reichweitenstarke Medienkooperationen oder öffentliche Auftritte unserer Mannschaft, aber auch der kleine Schlüsselanhänger eines Jahnfans sorgt für Sichtbarkeit. Einen nicht unwesentlichen Teil zur Erhöhung der Sichtbarkeit tragen mittlerweile auch die Sponsoren des SSV Jahn bei. Denn jeder Sponsor, der den Jahn in seine Kommunikation integriert, erhöht damit nicht nur die Wirksamkeit seines Sponsorships, sondern auch die Sichtbarkeit des SSV Jahn.



An die Sichtbarkeit knüpft sich als logische Weiterentwicklung das Streben nach **mehr gesellschaftlicher Verankerung** an. Der Jahn soll in die Herzen der Menschen zurückkehren und dort einen festen Platz einnehmen. Ostbayern soll stolz auf seinen SSV Jahn sein können. Entwickeln sich alle fünf vorgenannten Stoßrichtungen positiv weiter, ist die Realisierung dieser sechsten Stoßrichtung die Folge.

Wichtig ist im Zusammenhang mit diesen sechs Stoßrichtungen aber vor allem auch eines: Soll Profifußball als weicher Standortfaktor nachhaltig erfolgreich funktionieren und für seine Heimatregion nach innen wie außen gewinnbringend wirken, ist dies nur als funktionierende Gemeinschaft aus Club, Wirtschaft, Medien, Politik und Öffentlichkeit möglich. Zusammen mit Ihnen allen wollen wir diese Gemeinschaft bilden. Packen wir es daher jetzt Hand in Hand an und lassen die Kraft des Profifußballs für Regensburg und ganz Ostbayern gemeinsam wirken.

MARKETING- & NETZWERKPLATTFORM SSV JAHN

Seit einigen Jahren richtet der SSV Jahn in regelmäßigen Abständen Veranstaltungen für seine Sponsoren aus. Am Nachmittag des 26. Oktober 2016 kam es zu einer Premiere: Unter dem Titel „Marketing- & Netzwerkplattform SSV Jahn – Potenziale Ihrer Sponsoringpartnerschaft effektiv nutzen“ wurde über 100 Unternehmensvertretern ein Impulsvortrag zum Thema Sponsoringaktivierung, drei Workshops rund um das Thema Sponsoring sowie zum Abschluss ein Speed-Networking und Get-Together in aufgelockerter Atmosphäre angeboten. Eine interessante und kurzweilige Veranstaltung, die verschiedene Partner mitgestaltet hatten: Ein Dankeschön geht deshalb auch an das Marktforschungsunternehmen agentur werkDREI, die Marketing-, Design- und Eventagentur Valentum Kommunikation, das Unternehmen BONDIS, die Marketingagentur CONCEPTNET sowie die Kanzlei v. Düsterlho, Rothammer und Partner mbB.



GEMEINSAMER RÜCK- UND AUSBLICK ZUM JAHRESAUFTAKT

Rund 350 Gäste waren der Einladung zum diesjährigen Jahn Neujahrsempfang am 19. Januar gefolgt. Nach den Grußworten des Vorstandsvorsitzenden Hans Rothammer blickte Moderator Christian Sauerer gemeinsam mit den Jahn Profis Oliver Hein, Sebastian Nachreiner und Andreas Geipl auf 2016 zurück. Dabei stand aber nicht nur der direkte Wiederaufstieg in die 3. Liga, sondern auch die Anerkennung der Nachwuchsabteilung Jahnschmiede als DFB-Leistungszentrum sowie das soziale Engagement im Rahmen von Brücken für Regensburg im Fokus. Dr. Christian Keller gab anschließend das Motto für 2017 aus: „Gemeinsam Grenzen verschieben“. Dabei wird auch Heiko Herrlich helfen: Keller verkündete den Partnern exklusiv, dass der Jahn Trainer dem SSV in der kommenden Saison erhalten bleibt.





Projekt 29
Datenschutz | Informationssicherheit
IT Compliance | Business Continuity

SCHULTERBLICK: Projekt 29

„Datenschutz“, „IT-Sicherheit“, „IT-Compliance“, „Risiko – und Notfallplanung“. Das sind die Felder, in denen die Kompetenz des Regensburger Unternehmens Projekt 29 liegt. Sehr trockene Themen für einen Schulterblick mögen Sie jetzt vielleicht denken. Wir geben zu, die Erwartungshaltung unserer Redaktion war ursprünglich keine komplett andere. Als wir Christian Volkmer, den Geschäftsführer der Projekt 29 GmbH & Co. KG am Ende unseres alles andere als trockenen Gesprächs damit konfrontieren, schmunzelt er und sein Blick lässt erahnen, dass er solche Aussagen regelmäßig hört: „Das war ein wenig wie die ‚Sendung mit der Maus für Erwachsene‘, oder?“

Diese Beschreibung trifft es erstaunlich genau, denn Volkmer hat ein ausgesprochenes Talent dafür komplexe Zusammenhänge verständlich darzustellen. „Was denken Sie zum Beispiel wie ich erkläre, was eine Fishing Mail ist?“ fragt er und ergänzt direkt: „Man muss das in den Alltag übertragen.“ Man stelle sich doch einmal vor ein Vertreter des eigenen Kreditkartenanbieters stehe vor der Haustür und entschuldige sich vielmals dafür, dass sein Unternehmen alle Kundendaten verloren habe. „Dem Herren würden Sie doch vermutlich auch nicht trauen, oder?“

Dieses einfache Beispiel veranschaulicht ein Paradoxon, das Volkmer ganz allgemein in seinem Geschäftsfeld beobachtet. Im Gegensatz zu anderen Kulturen sei der Deutsche ja generell vorsichtig, sehe häufig zuerst „das Problem“. Als Beispiel führt er autonomes Fahren an. „Anstatt zu denken: ‚Das wäre doch eine schöne Sache‘, haben wir nur die Gefahren und große ethische Fragen im Kopf.“ In Bezug auf Datenschutz und IT-Sicherheit sei das dagegen komplett anders: „Das gehen nach wie vor viele Unternehmen, gerade kleine und mittelständische Betriebe, sehr unbedarft an – ein Fehler, der sich rächen kann und mit hoher Wahrscheinlichkeit auch wird.“

Spätestens ab Mai 2018 – dann nämlich tritt die neue EU-Datenschutzverordnung in Kraft und ab dann werden entsprechende Vergehen von den Behörden deutlich härter bestraft. Zwei bis vier

Prozent des Vorjahresumsatzes können pro Verstoß als Bußgeld verhängt werden. Volkmer rät daher allen Unternehmen dringend zur Implementierung eines Datenschutzbeauftragten - etwa als externe Beratungs- und Kontrollstelle wie dies Projekt 29 beim SSV Jahn ist.

In nahezu jeder Firma gibt es enormen Nachholbedarf: „Wenn ich zu Terminen eingeladen werde, entdecke ich auf dem Weg vom Empfang zum Besprechungszimmer meist schon fünf Datenschutzverletzungen.“, sagt Volkmer und nennt eine Besucherliste als Beispiel. Trotzdem stellt Volkmer früh klar: „Es geht mir nicht darum unseren potenziellen Kunden zu drohen. Wir wollen Nutzen stiften.“ Durch Datenschutzverletzungen entstehe ja nicht nur ein monetärer Verlust, der Schaden, den die Reputation des eigenen Unternehmens dadurch nehme, wiege letztlich viel schwerer. Oder eben positiv formuliert: „Das Unternehmen kann signalisieren: Das ist unser Datenschutzbeauftragter. An ihn könnt Ihr Euch mit Euren Fragen wenden.“ Christian Volkmer ist überzeugend und das geht offenbar nicht nur unserer Redaktion so. Er berichtet von einer Abschlussquote von 98%. Kein Wunder, dass Projekt 29 jährlich expandiert. Das Unternehmen unterhält inzwischen neben der Niederlassung am Heimatstandort Regensburg auch Filialen in Berlin, Hamburg, Leipzig und Wien.

Auch im Fußball wächst der Markt stetig, obschon Volkmer sagt, dass viele Vereine der ersten und zweiten Liga das Thema nach wie vor nicht ernst genug nehmen. Mit dem Jahn arbeitet Projekt 29 nun im zweiten Jahr zusammen und das obwohl Volkmer „fußballinteressiert“ aber kein „Fußballfan“ ist. Der Kontakt kam damals bei einer Stadionführung der Wirtschaftsjuvenen zustande. Bevor Volkmer den Jahn von einer Zusammenarbeit mit Projekt 29 überzeugte, überzeugte den Unternehmer nämlich ein Vortrag von Christian Keller: „Ich sehe in der Kooperation für uns vor allem zwei Aspekte: Einerseits können wir unsere Sichtbarkeit steigern und neue Kontakte knüpfen, andererseits geben wir auf diesem Weg aber auch etwas an unsere Heimatregion zurück. Beides ist sehr wichtig für uns.“