

SPONSOREN NEWS



*Mia spuin
fia eich*

AUSGABE 03/2017

Gestaltet von:

VALENTUM KOMMUNIKATION 
Marketing. Design. Event

Gedruckt von:

die printzen
Meisterdruckerei.



HISTORISCHE ENTWICKLUNG:

Der SSV Jahn gehört sich wieder selbst

- ▶ Anteilskauf e.V.: Rückblick & Einordnung ▶ SEITE 2 - 4
- ▶ Impressionen Sponsorengrillabend 2017 ▶ SEITE 5
- ▶ Der Jahn als Marketingplattform in der 2. Bundesliga ▶ SEITE 6

andré media AG


Bischofshof
Der Bier-Genuss der Frankenland


Dallmeier


Netto
Marken-Discount


RAIDLINGER


REWAG


Saller
TEAM.SPORT



SEHR GEEHRTE PARTNER, FÖRDERER UND FREUNDE DES SSV JAHN,

hinter dem SSV Jahn liegen nervenaufreibende Wochen und Monate. Nahezu unmittelbar auf den spektakulären Aufstieg der Jahn Profis in die 2. Bundesliga folgte Anfang Juni die Nachricht, dass die BTT Bauteam Tretzel GmbH (BTT), vormaliger Mehrheitseigner an der SSV Jahn Regensburg GmbH & Co. KGaA (KG), ihre rund 90%-ige Beteiligung an der KG vollständig an die Global Sports Invest AG um ihren Vorstand Philipp Schober veräußert hat. Nach zahlreichen Gesprächen und Verhandlungsrunden konnte diese Entscheidung Mitte Oktober revidiert werden. BTT und die Global Sports Invest AG (GSI) einigten sich auf eine Aufhebung des zwischen den beiden Parteien geschlossenen Aktienkaufvertrages. Alle Anteile an der KG fielen an BTT zurück und gingen von dort in das Eigentum des SSV Jahn Regensburg e.V. (Verein) über. Hierüber konnten BTT und der Verein eine entsprechende Vereinbarung schließen. Ein historischer Schritt: Der SSV Jahn Regensburg e.V. ist dadurch neuer Mehrheitseigner der SSV Jahn Regensburg GmbH & Co. KGaA. Oder plakativer ausgedrückt: Der SSV Jahn als Gesamtgebilde gehört sich und bestimmt sich nun auf allen Ebenen ausschließlich und ohne Einschränkungen selbst. Nachfolgend wollen wir diese Entwicklung für Sie im Detail einordnen beziehungsweise Sie umfassend und aus erster Hand hierüber informieren.

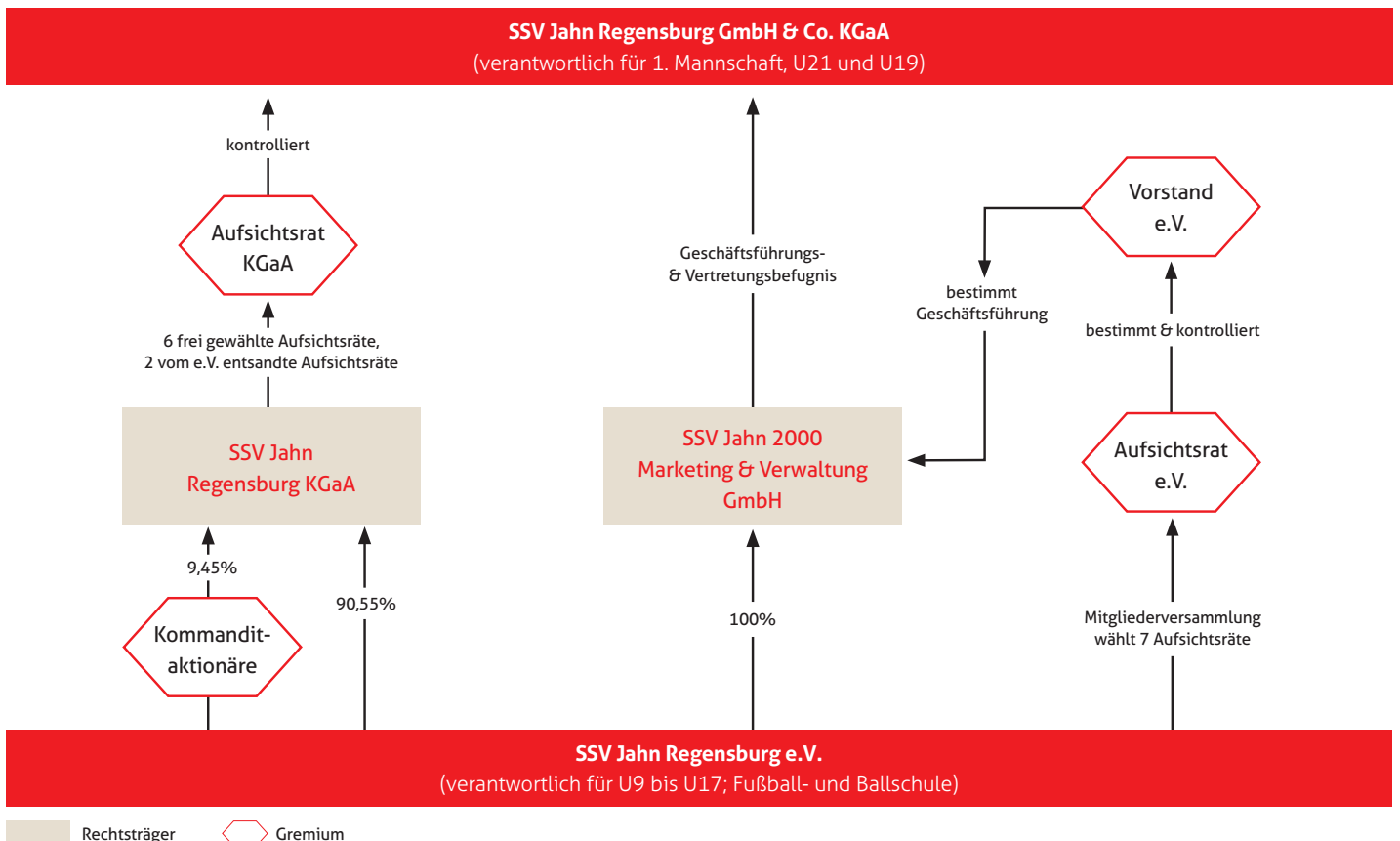
Gesellschaftsstrukturen des SSV Jahn

Im Jahr 2009 wurde von einer Mitgliederversammlung des SSV Jahn Regensburg e.V. beschlossen, dass der Profispielbetrieb einschließlich der U19- und U21-Junioren auf eine Kapitalgesellschaft, die SSV Jahn Regensburg GmbH & Co. KGaA, ausgegliedert werden soll. Mit diesem Schritt sollten zum einen zeitgemäße Organisationsstrukturen geschaffen werden, um den gestiegenen kaufmännisch-administrativen Anforderungen im Profifußball Rechnung zu tragen. Zum zweiten sollte dem SSV Jahn die Option eröffnet werden, von extern Eigenkapital zu generieren, um die Clubentwicklung gezielt voranzutreiben.

Der Verein war dabei von Gründung an Minderheitsaktionär an seiner eigenen Kapitalgesellschaft. Konkret wurden lediglich 55.000 der anfänglich insgesamt 1,5 Millionen ausgegebenen Kommanditaktien vom Verein gehalten. Dieses Vorgehen war konform zur 50%+1-Regelung des Deutschen Fußball-Bundes (DFB), wonach ein Verein an einer ausgegliederten Kapitalgesellschaft stets einen mehrheitlichen Einfluss auf Geschäftsführung und Vertretung halten muss. Denn Geschäftsführung und Vertretung liegen in der gewählten Rechtsform der GmbH & Co. KGaA bei der sogenannten Komplementär-GmbH.



Die Gesellschaftsstrukturen des Jahn sind komplex – Der Profispielbetrieb wurde im Jahr 2009 in eine Kapitalgesellschaft ausgegliedert



Beim SSV Jahn nimmt die SSV Jahn 2000 Marketing & Verwaltung GmbH diese Funktion ein. Dabei wird die Komplementär-GmbH zu 100% vom Verein gehalten. Im Umkehrschluss können somit bis zu 100% der Kommanditaktien in das Eigentum Dritter gelangen.

Von der Option zur Ausgabe von Kommanditaktien machte der SSV Jahn in den Jahren nach Gründung der KG auch Gebrauch. Insgesamt wurden 8.040.000 Kommanditaktien emittiert, von denen bis Anfang Juni dieses Jahres rund 90% im Eigentum von BTT lagen. Die Möglichkeiten der Kommanditaktionäre zur Einflussnahme auf die Komplementär-GmbH sind dabei gemäß Satzung auf einige wenige zustimmungspflichtige Geschäfte, konkret

- den Erwerb von Grundstücken
- die Gründung von Unternehmen/den Erwerb von Beteiligungen
- die Veräußerung von Beteiligungen
- die Ausgabe von Schulverschreibungen beziehungsweise die Ausgabe und Gewährung von Darlehen

beschränkt. Darüber hinaus sind die Kommanditaktionäre satzungsgemäß berechtigt, sechs von acht Aufsichtsratsposten der KG zu bestellen.



Chronologie des Anteilskaufs durch den Verein

Bereits vor Veräußerung der 90%-igen Beteiligung von BTT an die GSI hatte sich der SSV Jahn gegenüber den Beteiligten entschieden gegen den Anteilserwerb durch die GSI positioniert. Ursächlich waren aus Jahn Perspektive eine inakzeptable Motivlage der GSI für den Aktienkauf, eine mangelhafte Passfähigkeit der GSI zur Clubausrichtung des SSV Jahn – allen voran zu den Jahn Markenwerten Ambition, Bodenständigkeit und Glaubwürdigkeit – sowie klare Indizien gegen die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und Seriosität der GSI. Diese Ablehnungsgründe wurden nach Vollzug der Anteilsveräußerung an die GSI von zahlreichen Anspruchsgruppen des SSV Jahn, allen voran der organisierten Fanszene, geteilt. Die Recherchen vieler Medien – insbesondere die Mittelbayerische Zeitung zeichnete sich hier durch eine äußerst fundierte und objektive Pressearbeit aus – bestätigten viele der auch dem Jahn vorliegenden Informationen. Die einschlä-

gigen Veröffentlichungen bekräftigten die ablehnende Position des gesamten Jahn Umfelds gegenüber der GSI.

Anfang September dann die Kehrtwende: BTT machte von einem vertraglichen Rücktrittsrecht Gebrauch, wodurch die GSI ca. 62% der gesamten Kommanditaktien an BTT zurückübertragen musste. Aufbauend konnte der SSV Jahn Regensburg e.V. mit BTT eine vertragliche Vereinbarung darüber schließen, dass die 62% zurückfallenden Aktien in das Eigentum des Vereins übergehen. Zunächst verweigerte GSI jedoch die Rückübertragung der Aktien auf BTT und damit die Weiterübertragung auf den Verein.

Unter Einleitung von Rechtsmaßnahmen, konkret einer Urkundenklage gegen die GSI, gelang es BTT im Fortgang jedoch, eine Einigung mit der GSI zu erzielen. Dabei wurde nicht nur die Rückübertragung der 62% Aktien, sondern per Aufhebungsvertrag auch eine Rückübertragung der restlichen rund 28% Aktien vereinbart. Auch über diese 28% der Aktien konnte der Verein mit BTT sodann eine Kaufvereinbarung treffen. Mit Wirkung zum 13.10.2017 wurde der SSV Jahn Regensburg e.V. damit neuer Mehrheitskommanditaktionär seiner eigenen Kapitalgesellschaft, der SSV Jahn Regensburg GmbH & Co. KGaA.

Bedeutung des Anteilskaufs durch den Verein

Der Erwerb der Mehrheitsbeteiligung an der SSV Jahn Regensburg GmbH & Co. KGaA durch den SSV Jahn Regensburg e.V. stellt einen Meilenstein in der Entwicklung des Gesamtgebildes SSV Jahn dar. Aus rein formaler Sicht liegen nun auch die unter dem Aspekt „Gesellschaftsstrukturen“ genannten Möglichkeiten zur Einflussnahme der Kommanditaktionäre in den Händen des SSV Jahn. Darüber hinaus lassen sich durch die gegebene qualifizierende Mehrheitsbeteiligung Vorkehrungen in der Satzung der KG treffen, die den Einstieg eines unerwünschten, externen Kommanditaktionärs für die Zukunft ausschließen.

Weitaus wichtiger als diese formalen Effekte des Anteilserwerbs sind aber die informellen Effekte, die abseits von Rechtsvorschriften und Regularien resultieren. In seiner Funktion als quasi öffentliches Gut ist es Verantwortung und Verpflichtung des SSV Jahn zugleich, auf allen Handlungsebenen und mit allen beteiligten Köpfen im Sinne seiner Markenidentität aufzutreten. Konkret muss sich der SSV Jahn als fußballerischer Botschafter Ostbayerns ambitioniert, bodenständig und glaubwürdig positionieren, um seine Heimatregion würdig zu vertreten. Die ostbayerischen Unternehmen und die Menschen unserer Heimatregion sollen sich mit dem SSV Jahn identifizieren können. Diese Club- beziehungsweise Markenausrichtung des SSV Jahn wird durch den Anteilserwerb nun dauerhaft untermauert und zementiert.

Schließlich eröffnet der Anteilskauf dem SSV Jahn langfristig aber auch die Option, mit sehr großem Bedacht gegebenenfalls einzelne ostbayerische Unternehmen in Form von Kapitalerhöhungen beziehungsweise Kapitalbeteiligungen als strategische Partner noch näher und intensiver an den SSV Jahn zu binden. Unter Beachtung der Empfehlungen



der Mitgliederversammlung des Vereins soll dabei aber stets eine einfache Mehrheit im Eigentum des Vereins verbleiben.

Herzlichen Dank

Möglich wurde der Anteilskauf für den SSV Jahn Regensburg e.V. durch die Unterstützung einer Reihe von Personen und Personengruppen, bei denen wir uns an dieser Stelle aufrichtig bedanken möchten:

- Dank gilt allen voran dem Inhaber von BTT, Herrn Volker Tretzel, für die Ermöglichung des Anteilskaufs. Volker Tretzel hat damit einmal mehr eine klare Positionierung für den Profifußballstandort Regensburg abgegeben. Ohne sein mittlerweile über zwölf Jahre andauerndes Engagement als Investor und Sponsor würde der SSV Jahn in seiner heutigen Form nicht existieren.
- Ein großes Dankeschön geht auch an Sie, liebe Partner und Sponsoren. Sie haben uns mit Ihrer Loyalität und Ihrer Treue auf dem Weg zum Anteilskauf ermutigt und bestärkt. Ganz besonders ist

dabei die Unterstützung durch Herrn Dr. Werner Folger, Herrn Rudolf Schels und Herrn Dieter Dallmeier hervorzuheben.

- Dank gilt allen Fans des SSV Jahn, insbesondere der Faninitiative „Stop“. Mit ihrer klaren Positionierung für einen ambitionierten, bodenständigen und glaubwürdigen SSV Jahn, der sich seiner Herkunft und seiner Heimatregion verpflichtet, haben die Fans ein unmissverständliches Zeichen gesetzt.
- Ein Dankeschön gilt auch Herrn Dr. Thomas Rothammer von der Kanzlei DRPA für die fundierte rechtliche Unterstützung.
- Zu guter Letzt geht ein Dankeschön an alle Mitarbeiter(innen) des SSV Jahn, die ihren Fokus auch in den vergangenen Wochen unbeirrt auf ihre Aufgabe gelegt haben und tagtäglich daran arbeiten, den SSV Jahn zu dem zu machen, was wir alle gemeinsam anstreben: Ein Aushängeschild Ostbayerns, auf das die Menschen stolz sein können.



Hans Rothammer

Hans Rothammer
Vorstandsvorsitzender
SSV Jahn Regensburg e.V.



Christian Keller

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



Philipp Hausner

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

SPONSORENGRILLABEND 2017 IM THE MONARCH HOTEL BAD GÖGGING

Auch vor der aktuellen Spielzeit fand der traditionelle Sponsorengrillabend beim Jahn Klassik Partner The Monarch Hotel Bad Gögging statt, wo die Mannschaft im Sommer 2017 erneut ihr Trainingslager abhielt. Die anwesenden Jahn Sponsoren erhielten nicht nur im kurzweiligen Rahmenprogramm, sondern auch durch persönliche Gespräche mit den Jahn Profis Einblicke in die tägliche Arbeit. Vor allem bot sich die Gelegenheit alle Neuzugänge kennenzulernen. Das Team des The Monarch Hotel Bad Gögging um Hausherr Michael Lopacki (General Manager) verwöhnte die Gäste dabei wie gewohnt mit vielen leckeren Speisen und Getränken.



DER JAHN ALS MARKETINGPLATTFORM IN DER 2. BUNDESLIGA

Bereits in der Ausgabe 02/2016 der Sponsoren News haben wir unseren Blick auf die Attraktivität des SSV Jahn als Plattform für Sponsoren gerichtet. Was hat sich also seitdem verändert, so dass eine neuerliche Betrachtung dieses Themenkomplexes lohnt? Zum einen liegen aktuellste Zahlen zum Fußball-Interesse in Deutschland vor, deren Entwicklungen sehr erfreulich sind. Zum anderen haben sich Dank des Aufstieges in die 2. Bundesliga wesentliche Parameter verbessert. Aber nun der Reihe nach.

Fußball-Interesse in Deutschland

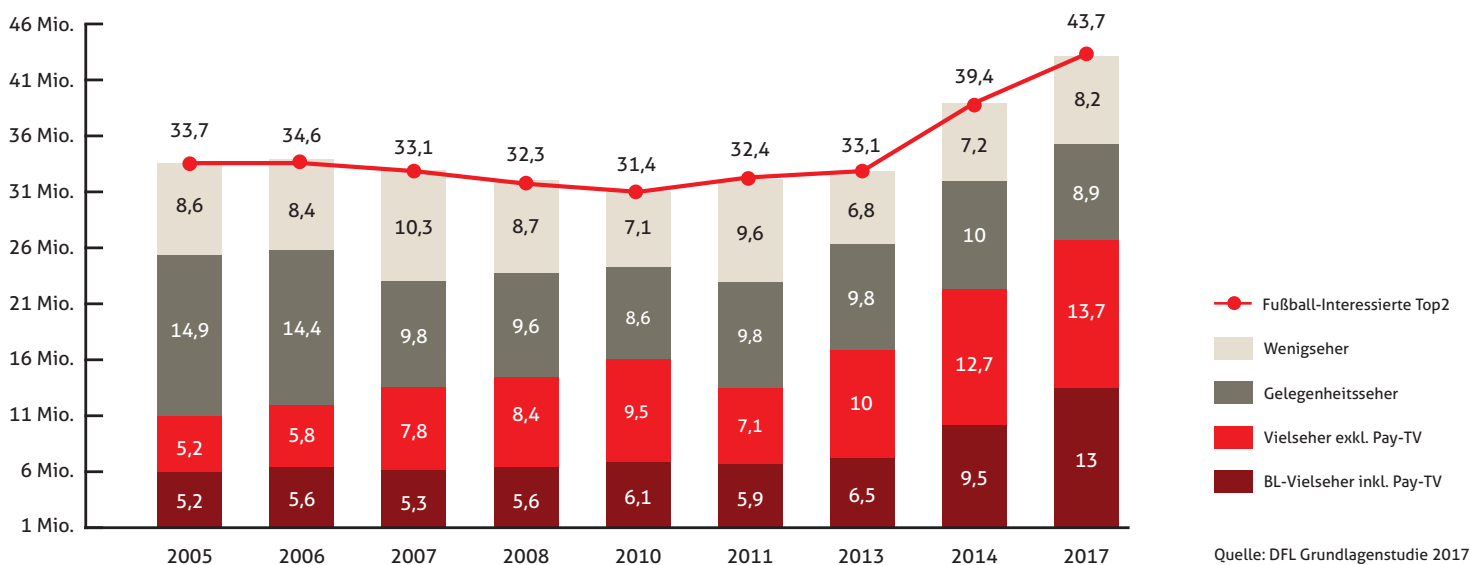
Medial wurde der Profifußball in der zurückliegenden Sommerpause – insbesondere aufgrund der Vorgänge und Summen am Transfermarkt – sehr kritisch bewertet. Schlagworte wie Entfremdung, Milliardengeschäft, Transferwahnsinn oder drohender Bedeutungsverlust waren in aller Munde. Aus Sicht von Sponsoren und Werbetreibenden stellt sich daher die Frage: Wirken sich diese vornehmlich internationalen Vorgänge etwa negativ auf die Fußballbegeisterung in Deutschland aus? Die Antwort darauf fällt kurz aus: Nein. Denn es ist sogar das Gegenteil der Fall. Gemäß der bevölkerungsrepräsentativen DFL Grundlagenstudie 2017 ist die Anzahl der Fußball-Interessierten in Deutschland aktuell auf einem historischen Höchststand. So geben 63% bzw. 44 Millionen Deutsche ab dem 14. Lebensjahr an, sich für Fußball zu interessieren. Zwei Vergleiche helfen bei der Einordnung dieser Zahlen: Im Jahr 2014 lag das Fußball-Interesse noch bei 56%. Auf Rang zwei des Sportarten-Rankings liegt im Jahre 2017 mit 38% der Wintersport. Zusammenfassend lässt sich daher festhalten, dass der Fußball im Affinitäten-Ranking der Sportarten seinen Vorsprung weiter ausbauen konnte und in der Freizeitgestaltung der Deutschen eine dominante Rolle einnimmt. Beste Voraussetzungen für Unternehmen, um über den Fußball ihre Zielgruppen zu erreichen.

Relevanz und Reichweite der 2. Bundesliga

Mit Blick auf die 2. Bundesliga, also die aktuelle Spielklasse des SSV Jahn, lässt sich das allgemein gesteigerte Fußball-Interesse auch wiedererkennen und in konkreten Entwicklungen bestätigen. So geben 82% der Fußball-Interessierten an, dass sie sich für die 2. Bundesliga interessieren. Dieser Wert wird – erwartungsgemäß – lediglich von der 1. Bundesliga (97%) und der Champions League (87%) übertroffen. Ein Auszug aus den aktuellen Reichweitzahlen ist ebenfalls beeindruckend: So erlebte die 2. Bundesliga gleich zu Saisonbeginn ihren reichweitenstärksten 1. Spieltag auf Sky aller Zeiten: Insgesamt 1,73 Millionen Zuschauer (53 Prozent über Vorjahresstart) verfolgten die Spiele. Am 2. Spieltag folgte dann mit insgesamt 1,84 Millionen Zuschauer ein neuer Allzeitrekord. Diese Reichweite lag um 86 Prozent über dem 2. Spieltag der Vorsaison. Grundsätzlich hat sich die Anzahl der Bundesliga-Interessierten Mediennutzer weiter gesteigert und die Anzahl der Bundesliga-Vielseher nahezu verdoppelt. Das unten stehende Schaubild gibt einen konkreten Einblick im Zeitverlauf.

Spezifische Situation des SSV Jahn und seiner Sponsoren

Für den SSV Jahn und seine Sponsoren bieten das gesteigerte Fußball-Interesse und die gute mediale Entwicklung der 2. Bundesliga beste Voraussetzungen für wirksame Kooperationen. Zum Selbstläufer wird ein Engagement im Fußball bzw. beim SSV Jahn damit freilich nicht. Denn die wachsende Herausforderung besteht darin, sich von den zahlreichen Konkurrenzreizen mit einem individuellen und kreativen Ansatz abzuheben sowie für die anvisierte Zielgruppe Relevanz zu entfalten. Gelingt diese Ausrichtung, trägt der Fußball die Sponsorenbotschaften in die Herzen und Köpfe der Zielgruppe. Auf diesem Weg möchten und können wir Sie – egal ob Bestandspartner oder Interessent – konzeptionell und inhaltlich begleiten. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.



Quelle: DFL Grundlagenstudie 2017