

SPONSOREN NEWS



*Mia spuin
fia eich*

AUSGABE 02/2016

Gedruckt von:
die printzen
Meisterdruckerei



Der Jahn ist zurück in der 3. Liga
Attraktive Plattform für Sponsoren ▶ SEITE 5

- ▶ Vorwort ▶ SEITE 2
- ▶ Business Events in der Sommerpause ▶ SEITE 3-4
- ▶ Multimediale Jahnzeit –
Mehrwert für Fans und Sponsoren ▶ SEITE 6



andré media AG



SEHR GEEHRTE PARTNER, FÖRDERER UND FREUNDE DES SSV JAHN,

die Jahn Profis konnten mit guten Leistungen und Ergebnissen in die neue Saison 2016/17 starten. Genauso wie in der vergangenen Saison wurde die Grundlage dafür in unserem Trainingslager im the Monarch Hotel Bad Gögging gelegt. Das 4-Sterne Superior war zudem erneut erstklassiger Gastgeber für unseren Grillabend im Kreise der Sponsoren und hat sich dabei auch als hervorragende Public Viewing Location empfohlen. Auf diesen schönen Abend blicken wir in dieser Ausgabe der Sponsoren News zurück.

In der Sommerpause fand ein zweites Business Event statt: Im Rahmen unseres 3. Jahn Golfturniers haben die Teilnehmer nicht nur die Golfschläger geschwungen und Kontakte geknüpft, sondern auch über 30.000 EUR für die Jahnschmiede eingespielt und zudem noch 5.000 EUR zugunsten der Leukämiehilfe Ostbayern erlöst.

Auch vor unserem Stadionmagazin „Jahnzeit“ macht die Digitalisierung keinen Halt. So legen wir die Publikation zusammen mit iHeft zusätzlich als digitales Blättermagazin auf. Das bietet den Lesern aber vor allem auch den Anzeigenpartnern viele Vorteile. Deshalb stellen wir Ihnen iHeft einmal genauer vor.

Außerdem blicken wir auf die Entwicklungen im Geschäftskunden-Umfeld des SSV Jahn: So sind wir unserem Ziel, die zentrale Netzwerk-Plattform Ostbayerns zu sein, wieder einen Schritt näher gekommen und versuchen zudem, den Austausch zwischen den Sponsoren zu beleben.

Bei all den positiven Ereignissen und Entwicklungen scheint das Wesentlichste fast unterzugehen: Der SSV Jahn ist vor drei Monaten aufgestiegen und tritt diese Saison wieder in der 3. Liga an. Wir stellen Ihnen diese attraktive Spielklasse im Hinblick auf die marketingrelevanten Hintergründe genauer vor.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre und verbleiben mit besten Grüßen



Philipp Hausner
Leiter Vermarktung
Geschäftskunden (links)

Dr. Christian Keller
Geschäftsführer Profifußball
(rechts)

EIN JAHR SPONSOREN- NETZWERK IN DER CONTINENTAL ARENA – STAND UND AUSBLICK

Mit dem Umzug in die Continental Arena hat sich – neben vielen anderen Dingen – eines gravierend geändert: Uns steht ein moderner, hochwertiger und atmosphärischer Business Bereich zur Verfügung, der am Spieltag zum Verweilen und Netzwerken einlädt und die Menschen auch dann anzieht, wenn kein Ball in der Arena rollt.

Diesen Treffpunkt mit Leben zu erfüllen und dadurch den Spieltag und die anderen Anlässe des SSV Jahn zur zentralen Business Plattform für Ostbayern zu machen, ist eine der größten Herausforderungen im Geschäftsfeld Jahn Business. Wie ist dieser Prozess im letzten Jahr vorangeschritten?

Zur Beantwortung dieser Frage lassen sich zwei Zahlenvergleiche anstellen: Zum einen haben wir bei unseren Heimspielen regelmäßig über 600 Personen im Business Bereich zu Gast und somit im Schnitt etwa 200 Gäste mehr als noch zu Beginn der Saison 2015/16. Zum anderen können wir demnächst den 200sten Partner im Sponsoren-Portfolio begrüßen. Vor einem Jahr waren es knapp 120 Sponsoren (jeweils inklusive JahnClub). All den neuen und bestehenden Partnern und Gästen im Business Bereich sei dabei für ihr Vertrauen und ihr Engagement gedankt. Zudem spüren wir ein hohes und stetig wachsendes Interesse an unseren regelmäßigen Sponsoren Veranstaltungen. Dabei haben sich insbesondere der Grillabend zu Saisonbeginn im Monarch Hotel Bad Gögging und der Neujahrsempfang als feste Größen etabliert.

Die o.g. Zahlen und Fakten dokumentieren eine positive Entwicklung und tragen dazu bei, dass der SSV Jahn in der 3. Liga mittlerweile auch wirtschaftlich den Anschluss geschafft hat. Ist das schon das Ende der sprichwörtlichen Fahnenstange?

Mitnichten. Die Entwicklung steckt immer noch in den Kinderschuhen. Denn mit jedem neuen Partner im Business Bereich und im Sponsoren-Kreis steigt die Vielfalt und damit die Attraktivität des Jahn Netzwerks. Daher halten wir weiteren Zuwachs – insbesondere durch die Ausweitung unseres Einzugsgebiets – für zielführend im Sinne aller Sponsoren. Zudem möchten wir die Vitalität und Interaktion unter den Sponsoren stärken. Im 4. Quartal des Jahres werden wir daher zu einem großen Sponsoren-Workshop laden und – neben einigen inhaltlichen Impulsen – die Vernetzung innerhalb des Sponsoren-Kreises fördern.

Wir freuen uns auf die kommenden Jahnspiele und Veranstaltungen mit Ihnen. Lassen Sie uns gemeinsam die zentrale Business Plattform für Ostbayern gestalten.

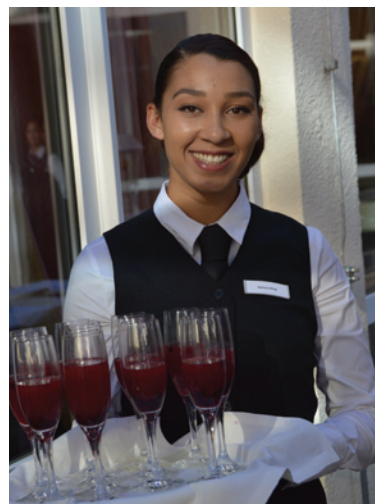


BUSINESS EVENTS IN D

SPONSORENGRILLABEND

Auch in diesem Jahr bot das The Monarch Hotel in Bad-Gögging wieder einen stilvollen Rahmen für die erste Veranstaltung im Kreise der Jahn Sponsoren. Der Grillabend 2016 wartete dabei nicht nur mit allerlei Köstlichkeiten auf, er bot auch einige besondere Programmpunkte. So stellte TVA-Moderator Matthias Walk die bereits verpflichteten Neuzugänge in kurzen Talks vor und der Mannschaftsrat um Kapitän Markus Palionis wagte einen Ausblick auf die neue Spielzeit. Knapp eine Woche nachdem er offiziell als Geschäftsführer Finanzen ausgeschieden war, nutzte Johannes Baumeister am Ende des offiziellen Teiles zudem die Gelegenheit, um sich mit einer emotionalen Rede aus dem Kreise der Jahn Sponsoren zu verabschieden.

Beim Public Viewing unter freiem Himmel konnten sich die anwesenden Gäste anschließend nicht nur stärken, sie kamen auch mit den Jahn Profis und anderen Partnern des SSV ins Gespräch. Das erhoffte Happy End blieb aufgrund der Halbfinal-Niederlage der Deutschen Nationalmannschaft zwar aus, der Auftakt in die neue Jahn Saison war aber definitiv geglückt.



DER SOMMERPAUSE



3. JAHN GOLFTURNIER

„Golfen für den guten Zweck“ – unter diesem Motto ließ sich das Jahn Golfturnier auch in seiner dritten Ausgabe zusammenfassen. Initiiert vom Vorstandsvorsitzenden des Jahn, Hans Rothhammer, folgten 64 Partner und Freunde des SSV der Einladung auf das Gelände des Golfclub Bad Abbach-Deutenhof. Der Hauptprofiteur: Die Jahnschmiede, seit kurzem DFB-Leistungszentrum. 30.000 Euro flossen dank der Benefizwette in ihre Kassen. Außerdem konnten bei der Tombola am Abend 5.000 Euro zugunsten der Leukämiehilfe Ostbayern Erlöst werden.



DER JAHN IST ZURÜCK IN DER 3. LIGA – ATTRAKTIVE PLATTFORM FÜR SPONSOREN

Seit Sommer 2008 gibt es die 3. Liga. Der Jahn ist Gründungsmitglied und war mit Ausnahme von zwei Spielzeiten stets Teil dieser Spielklasse. Die Liga hat sich schnell zum Erfolgsmodell entwickelt. Sie bewegt sich sportlich, medial und wirtschaftlich auf Topniveau und ist Jahr für Jahr mit namhaften Traditionsvereinen gespickt. Im europaweiten Vergleich der 3. Ligen ist Deutschland führend – sowohl was die TV-Erlöse und TV-Berichterstattung als auch was die Infrastruktur betrifft. Auch im sportartübergreifenden Vergleich hat sich die 3. Liga zur drittumsatzstärksten Profiligen in Deutschland nach der 1. und 2. Bundesliga entwickelt – noch vor den ersten Ligen der Sportarten Eishockey, Handball und Basketball.

Für werbetreibende Unternehmen von besonderem Interesse sind die Informationen zur Reichweite und Verbreitung der 3. Liga und damit in Verlängerung auch des SSV Jahn als Teilnehmer dieser Liga.

So zeigt die ARD jeden Samstag im Rahmen der Sportschau (Reichweite 2,82. Mio. Zuschauer je Sendung) Ausschnitte von drei Spielen, in den dritten Programmen und auf deren Internet-Plattformen wird zudem regelmäßig berichtet – auch live. 420.000 Zuschauer bei einem durchschnittlichen Live-Spiel, in Summe 440 Stunden TV-Berichterstattung, 126.000 Artikel in Printmedien und 12,1 Milliarden Online-Kontakte sind aktuelle Rekordzahlen, die die 3. Liga in der abgelaufenen Spielzeit 2015/16 geschrieben hat. Mit insgesamt 2,69 Millionen Stadionbesuchern (gut 7.000 Zuschauer pro Spiel) verzeichnete die 3. Liga ferner in der vergangenen Saison auch einen neuen Zuschauerrekord.

Vor Ort im Stadion und Dank der massenmedialen Verbreitung bietet die 3. Liga und darin der SSV Jahn als einziger bayerischer Vertreter also beste Voraussetzungen für die Vermittlung verschiedener Kommunikationsbotschaften. Dank dieser Basis lassen sich wirksame Sponsoringkonzepte erarbeiten und zum Erfolg der Partner des SSV Jahn umsetzen.

Neben der Reichweite ist für den Erfolg von Sponsoringmaßnahmen noch das inhaltliche Profil der Liga und des Clubs von Bedeutung. Dabei hat sich die 3. Liga unter dem Dach des DFB als dritte Profispielklasse im Sinne einer eigenständigen Marke etabliert und aktiv positioniert. Der Leitspruch "Wer Dritter ist, will Erster werden" symbolisiert die Aufbruchsstimmung sowie das Leistungsstreben vieler Clubs und Spieler dieser Liga. Auch der SSV Jahn identifiziert sich mit diesen Werten und definiert darüber hinaus seine eigene Marke über die Attribute Ambition, Glaubwürdigkeit und Bodenständigkeit, um somit in Summe der unverkennbar ostbayerische Vertreter in der 3. Liga zu sein. Besteht zwischen den genannten Markenwerten und jenen des Sponsors eine hohe Übereinstimmung, geht mit der Kooperation ein hohes Maß an Authentizität und Erfolgsaussicht einher.

Durch die Zugehörigkeit zur 3. Liga erhält der SSV Jahn – im Hinblick auf die mediale Reichweite und das Markenfundament der Spielklasse – die notwendige Werthaltigkeit, um für seine Fans, seine Sponsoren und auch für die gesamte Region Ostbayern als Botschafter aufzutreten. Dennoch bietet dieser positive Bescheid keinen Grund, mit dem Status Quo dauerhaft zufrieden zu sein. Denn wer Dritter ist, will Erster werden.



DIE MULTIMEDIALE JAHNZEIT: MEHRWERT FÜR JAHNFANS UND JAHN SPONSOREN DANK iHEFT

Kaum eine gesellschaftliche Sphäre entwickelt sich in unserer Zeit so rasant wie die Medienlandschaft. Immer neue technische Möglichkeiten, immer neue Kanäle, immer neue Trends. Inzwischen unterhalten selbst die Profifußballvereine in der 3. Liga in ihren entsprechenden Abteilungen quasi kleine Medienunternehmen, durch die sie alle Anspruchsgruppen auf den verschiedenen Kanälen umfassend informieren. Wie die Medienhäuser dieser Welt sehen auch sie sich täglich vor die Aufgabe gestellt zu entscheiden welche Neuerungen sie mitgehen möchten und welche Trends sie vorüberziehen lassen. Vor einiger Zeit entschloss sich der SSV Jahn dazu sein eigenes Portfolio um ein innovatives Medium zu erweitern: Die multimediale Jahnzeit – erstellt von Jahn Partner iHeft.

Das Stadionmagazin des SSV erscheint mittlerweile nicht mehr nur im Print, es wird im Nachgang auch allen Fans als digitale Ausgabe zur Verfügung gestellt. Und dabei geht es um weit mehr als um ein „einfaches PDF“:

„Jedes iHeft wird von uns individuell nach den Vorstellungen und Wünschen unserer Kunden erstellt und bearbeitet. Damit können wir einen deutlichen Mehrwert zur Printausgabe bieten“, berichtet Mario Knott von iHeft. So ist es nämlich je nach Bedarf möglich auf den einzelnen Seiten multimediale Inhalte wie Videos, Sounddateien oder auch zusätzliche Bilder einzubauen. „Und die sagen bekanntlich mehr als 1000 Worte“, ergänzt Knott.

Auf diesem Weg kann die Jahnzeit, die in Ihrer Printausgabe bereits Anfang der Woche fertiggestellt wird, um tagesaktuelle Inhalte angereichert werden. Die beliebte Rubrik „Der Trainer hat das Wort“, in der Heiko Herrlich vor jedem Heimspiel seine Einschätzung zur kommenden Partie abgibt, wird so zum Beispiel noch um das Video von der Spieltagspressekonferenz ergänzt. Seit dem vergangenen Frühjahr wertet die multimediale Jahnzeit übrigens auch die Mitgliedschaft beim SSV auf, denn allen Mitgliedern wird der Service über den Onlineshop schon 24 Stunden vor dem Spiel kostenfrei zur Verfügung gestellt: „Damit werden ganz zentrale Bedürfnisse befriedigt, denn wir reichern die exklusiven Inhalte der Jahnzeit nicht nur durch aktuellen, sondern auch durch hochwertigen, multimedialen Content an“, weiß Martin Koch, Leiter Medien & Kommunikation des SSV Jahn. Mit ihren eindeutigen Vorzügen sind multimediale Publikationen für eine Vielzahl von Kunden und Branchen interessant,

für den Einsatz im Profisport sind sie jedoch prädestiniert, wie auch Mario Knott bestätigt: „Wir arbeiten seit der neuen Saison nicht nur mit einigen Bundesligisten, sondern auch mit ausländischen Clubs und sogar mit einem Champions League-Teilnehmer zusammen. Darauf bin ich sehr stolz.“ Stolz ist der Unternehmer aus Regensburg aber auch darauf, dass der SSV Jahn damals der erste Fußball-Partner war, für den iHeft seine innovative Idee umsetzte: „Das war mir unheimlich wichtig. Es lag einfach nah mit dem Jahn zusammenzuarbeiten, nicht nur weil ich vor langer Zeit selbst für den Verein aktiv war. Wir möchten auf diesem Weg unseren kleinen Beitrag zum Erfolg des SSV leisten.“

Neben der Jahnzeit werden auch die Sponsoren News sowie diverse Broschüren digitalisiert. iHeft ist dabei full responsive nutzbar. Egal ob PC, Notebook, Tablet oder Smartphone, das Endgerät des Nutzers stellt sich selbst auf die aktuell beste Anzeigemöglichkeit ein. Seit kurzem ermöglichen mobile Apps zudem

auch, dass die multimedialen Veröffentlichungen offline eingesehen werden können. Videos, Audiodateien und Bildergalerien – nichts geht dabei verloren.

Für Sie als Partner kann iHeft damit gleich doppelt interessant werden. Wollen Sie Ihre eigenen multimedialen Inhalte in

Ihre Anzeige integrieren oder ganz einfach auf Ihren Onlineauftritt verlinken, zum Beispiel um Sonderaktionen zu bewerben? Kein Problem, die Experten von iHeft beraten Sie gerne und setzen Ihre Wünsche um. Dies natürlich auch, wenn Sie Ihre eigene digitale Publikation durch iHeft erstellen lassen und ihren Kunden damit einen erheblichen Mehrwert bieten möchten.

Wenden Sie sich bei Interesse gerne an unseren Mitarbeiter Alexander Hahn, der Sie zu Ihren Möglichkeiten in Bezug auf die Jahnzeit beraten und den Kontakt zu iHeft für Sie herstellen kann.



Alexander Hahn
Vermarktung
Geschäftskunden
Tel.: +49.(0)941.6983.135
E-Mail: alexander.hahn@ssv-jahn.de