

SPONSOREN NEWS



*Mia spuin
fia eich*

AUSGABE 02/2019

Gestaltet von:

VALENTUM KOMMUNIKATION
Marketing. Design. Event. 

Gedruckt von:

die **printzen**
Meisterdruckerei.



JAHN NETZWERK:

Abwechslungsreiche Veranstaltungen im April

- ▶ Vorwort & Vorstellung Superior Partner ▶ Seite 2
- ▶ Veranstaltungsrückblicke ▶ Seite 3&4
- ▶ Personalia Abteilung Vermarktung Geschäftskunden ▶ Seite 5
- ▶ Schulterblick Steinwald-Brennerei Schraml ▶ Seite 6

andré media AG

Bischofshof
Brauerei

Dallmeier

ECKERT
SCHULEN

Netto
Marken-Discount

ARLINGER

REWAG

saller
TEAM.SPORT

WOLF

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, LIEBE SPONSOREN UND PARTNER,

in der im Tagesgeschäft Profifußball traditionell turbulenten Phase des Saisonendspurts freut es uns besonders, dass wir Sie heute kompakt und gebündelt über die neuesten Entwicklungen im Geschäftsfeld Jahn Business informieren dürfen. So erfahren Sie in der vorliegenden Ausgabe der Sponsoren News die Informationen und Hintergründe zu vier personellen Neuerungen bzw. Entwicklungen in der Abteilung Vermarktung Geschäftskunden. Ferner stellen wir Ihnen eine Erweiterung unserer Sponsoring-Pyramide vor. Über die zusätzliche Stufe des „Superior Partners“ erhält unsere bisherige Systematik noch mehr Profil und Schärfe, um die Unterschiedlichkeit unserer Partnerschaften erkennbar auszuweisen.

Mit der Steinwald-Brennerei Schraml präsentieren wir Ihnen einen relativ neuen Partner des SSV Jahn genauer, der seit dieser Saison das Getränkeangebot im Business Bereich durch sein edles Sortiment bereichert. Abschließend blicken wir zusammen mit Ihnen auf zwei inhaltlich sehr unterschiedliche, aber gleichermaßen hoch unterhaltsame und erlebnisreiche Veranstaltungen zurück. Zum einen durften wir bei der Brauerei Bischofshof unser zweites Preisschafkopfen im Sponsoren-Kreis austragen. Zum anderen empfing uns das Porsche Zentrum Regensburg in seiner erstklassigen Location und wagte dort den Ausblick auf unseren Saisonendspurt.

Wir wünschen Ihnen viel Freude und interessante Einblicke bei der Lektüre und danken Ihnen bereits hier und heute für die treue und wichtige Unterstützung in der Saison 2018/19.

Hans Rothammer
Vorstandsvorsitzender
SSV Jahn Regensburg e.V.

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

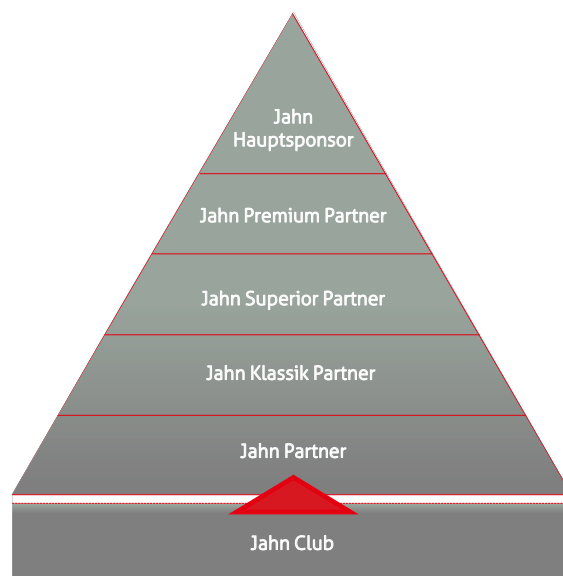
Philipp Hausner
Leiter Vermarktung
Geschäftskunden & Prokurist
SSV Jahn Regensburg GmbH
& Co. KGaA

ZUR SAISON 2019/20 ENTSTEHT EINE NEUE STUFE IN DER SPONSORING-PYRAMIDE DES SSV JAHN: SUPERIOR PARTNER

Seit der Saison 2013/14, damals noch gespeist von deutlich unter 100 Sponsoring-Partnerschaften, agiert der SSV Jahn mit einer **vierstufigen Sponsoring-Pyramide**. Die bekannten Stufen sind: Hauptsponsor, Premium Partner, Klassik Partner und Jahn Partner. Der **JahnClub** ergänzt diese Pyramide und bildet ein Fundament

aus kleinen Unternehmen der Region, die sich in einem Netzwerk zusammenschließen. Diese bewährte Struktur ist ein Eckpfeiler der positiven Entwicklung, die der SSV Jahn zusammen mit seinen Partnern, JahnClub-Mitgliedern und Hospitality-Kunden im Geschäftsfeld Jahn Business seit 2013 gehen konnte.

Mit nunmehr über 300 Partnerschaften zum Ende der Saison 2018/19 und dem Ausblick, dass zur kommenden Saison die Anzahl weiter wachsen wird, stößt die bestehende Sponsoring-Pyramide jedoch an die **konzeptionellen Grenzen**, wenn es um eine angemessen trennscharfe Vermittlung der unterschiedlichen Kooperations-Arten geht. Nach dem Motto „Bewährtes bewahren, Neues entwickeln“ wurde die bestehende Struktur daher auf den Prüfstand gestellt. Mit Wirkung zur neuen Saison 2019/20 soll eine **neue, zusätzliche Zwischenstufe** für noch mehr Transparenz, Klarheit und Aufgeräumtheit sorgen:



So stellt künftig der **Superior Partner** eine neue Metaebene für Partnerschaften dar, die bislang teils auf der Ebene Klassik Partner und teils auf Ebene der Premium Partner angesiedelt waren. In diesem Bereich zeichnen sich zunehmend wichtige und wahrnehmungsstarke Kooperationen ab, die aufgrund Ihrer Zielsetzungen, Aktivitäten und Umfänge derart vergleichbar sind, als dass sich daraus eine eigene Stufe auf der Sponsoring-Pyramide als Erfordernis ergibt.

Analog zu den anderen Stufen der Sponsoring-Pyramide ist auch der Superior Partner mit den bewährten **Basisleistungen** (Prädikats- und Bildrechte sowie die netzwerkorientierten Leistungen wie die Einladung zu allen Jahn Netzwerk Veranstaltungen) ausgestattet und verfügt darüber hinaus über ausgewählte, exklusive Basisleistungen wie die Logo-Präsenz auf der Rückseite der Tageskarten oder eine Logo-Integration in die offiziellen Spieltagsplakate.

Getreu dem vorgenannten Motto bedeutet diese neue, zusätzliche Kategorie im Umkehrschluss auch, dass für die bestehenden und bewährten Stufen sämtliche Leistungen und Inhalte sowie das gelebte Miteinander unverändert fortgesetzt werden. Wir dürfen mit der Stufe des Superior Partners ein neues Mitglied im Kreis der Jahn Familie des Geschäftsfeldes Jahn Business begrüßen.



AUFTAKT IN DEN SAISONENDSPURT

Zum zweiten Mal nach 2015 lieferte das Porsche Zentrum Regensburg Anfang April den Rahmen für eine Jahn Sponsoren-Veranstaltung. Die Jepsen Autogruppe, Klassik Partner des SSV Jahn, ließ es den Anwesenden als Gastgeber erneut an nichts fehlen. Im offiziellen Teil wurde nicht nur der nigelnagelneue Porsche 911 vorgestellt, sondern die Protagonisten um Chef-Trainer Achim Beierlorzer lieferten einen spannenden Ausblick auf die Rest-Saison. Ein guter Ausgangspunkt für angeregte Diskussionen, die durch die musikalische Untermalung von Solo-Gitarrist Michael Lex angereichert wurden.





2. JAHN SPONSOREN-PREISSCHAFFKOPFEN

Wie schon 2018 lud der SSV Jahn auch in diesem Jahr gemeinsam mit Premium Partner Bischofshof zum Sponsoren-Preisschaffkopfen ein. Das passende Ambiente lieferte der Schallender der Brauerei. Bei allem Ehrgeiz blieb an den Tischen ausreichend Zeit für launige Gespräche, auch weil sich mit Sebastian Freis, Philipp Pentke, Andreas Geipl und Benedikt Saller auch einige Jahn Profis unter die „Schaffkopfer“ mischten. In einem Talk mit Jahn Stadionsprecher Christian Sauerer lieferten die vier interessante Einblicke ins Innenleben der Jahnelf. Dass das Kartenspielen dabei eine gewichtige Rolle einnimmt, bewies anschließend vor allem Andi Geipl, der das 2. Jahn Sponsoren-Preisschaffkopfen als stolzer Sieger beendete.



PERSONELLE VERÄNDERUNGEN IN DER ABTEILUNG VERMARKTUNG GESCHÄFTSKUNDEN

Simone Lederer ist bis voraussichtlich Oktober in Elternzeit.

Seit Mitte März ist Simone Lederer bereits in Mutterschutz. Ihren direkten Ansprechpartnern war dieser freudige Umstand bereits länger bekannt. Voraussichtlich wird sich die darauf folgende Elternzeit von Simone Lederer so gestalten, dass sie ab Oktober schrittweise ihre Tätigkeit beim SSV Jahn als Manager Sponsoring Vermarktung wieder aufnimmt und Ihnen dann in gewohnter Weise wieder zur Verfügung steht. Bis dahin wünschen wir Simone Lederer und ihrer kleinen Familie das Allerbeste.



Neuzugang Marcel Porsche bringt die nächsten sechs Monate seine breite Sponsoring-Expertise als Manager Sponsoring Vermarktung ein.

Marcel Porsche ist seit 17.04.2019 als Manager Sponsoring Vermarktung in der Abteilung Vermarktung Geschäftskunden tätig. Der Diplom-Kaufmann wird den SSV Jahn dabei in den kommenden sechs Monaten bei der Erreichung der Vermarktungsherausforderungen unterstützen. Er wird damit die Mutterschutz- und Elternzeit-bedingte Lücke von Simone Lederer schließen, bis diese wieder planmäßig zurückkehrt.



Mit Marcel Porsche dürfen wir einen echten Marketing- und Sponsoring-Profi in den Reihen des SSV Jahn begrüßen. Vor seinem Jahn Engagement agierte der 39-jährige unter anderem mehrere Jahre in der Deutschen Eishockey Liga als Leiter Marketing & Sales beim EHC Red Bull München sowie den Grizzlys Wolfsburg. Im Rahmen eines internationalen Vermarktungsmandates von Ufa Sports in Middle East war er anschließend verantwortlich für die Vermarktung eines Fußballclubs in Saudi-Arabien.

Bitte heißen Sie Herrn Porsche beim SSV Jahn herzlich willkommen und scheuen Sie sich nicht, mit Ihren Fragen und Anregungen auf ihn zuzukommen.

Seine Kontaktdaten sind:

E-Mail: marcel.porsche@ssv-jahn.de
Telefon: 0941 / 6983-132

Alexander Hahn wechselt in die Position des Abteilungsleiters Organisation & Infrastruktur.

Der Name Alexander Hahn dürfte jedem Bestands-Partner des SSV Jahn ein Begriff sein. Der gebürtige Oberbayer ist nämlich bereits seit Januar 2016 als Manager Sponsoring Vermarktung & CSR für den SSV Jahn aktiv und leistet in dieser Funktion bei der Umset-

zung fast jeder Sponsoringpartnerschaft einen zentralen Beitrag. Diese Aufgabe erfüllt er minutiös und gewissenhaft. Zudem gilt Alexander Hahn als geschätzter Sparringspartner für die unterschiedlichsten Aktivierungsideen und Aktionen unserer Partner. Darüber hinaus hat Alexander Hahn die Sozial-Initiative des SSV Jahn auf ein neues, zuvor nie erreichtes Niveau geführt. So finden im Rahmen von „Jahn Sozial: Brücken für Regensburg“ unter der Koordination von Herrn Hahn mittlerweile jährlich rund 70 Veranstaltungen statt, die in elf nachhaltig angelegten Projekten gebündelt sind und wodurch über 3.000 benachteiligte oder besonders unterstützenswerte Menschen in der gesamten Region Ostbayern erreicht werden.



Zum 15.05.2019 wird Alexander Hahn nun jahrintern wechseln und die durch das Ausscheiden von Andreas Motter vakant werdende Stelle als Leiter der Abteilung Organisation & Infrastruktur antreten. Auch wenn dieser Wechsel bedeutet, dass die Abteilung Vermarktung Geschäftskunden einen hochgeschätzten Ansprechpartner und Kollegen verliert, so überwiegt die Freude darüber, dass eine Abteilungsleiterposition aus den eigenen Reihen heraus bestens nachbesetzt werden konnte und dadurch die eminent wichtige infrastrukturelle Weiterentwicklung des SSV Jahn nahtlos und ohne Unterbrechung weiterverfolgt werden kann.

Bastian Göller folgt als Manager Sponsoring Aktivierung & CSR auf Alexander Hahn

Bastian Göller tritt ab 02.05.2019 die Nachfolge von Alexander Hahn in der Abteilung Vermarktung Geschäftskunden an und wird künftig die Sponsoring Aktivierung und das CSR-Engagement des SSV Jahn verantworten. Dabei wird der 24-Jährige die Arbeit seines Vorgängers fortsetzen und künftig als neuer Ansprechpartner für Sie zur Verfügung stehen.



Durch ein erfolgreich abgeschlossenes Bachelor-Studium in Sportwissenschaft mit dem Schwerpunkt Sportmanagement an der Friedrich-Schiller-Universität Jena sowie berufliche Stationen bei Infront Sports & Media in den Bereichen Sponsoring-Vermarktung und -Umsetzung ist Bastian Göller sehr gut gerüstet für seine neue, herausfordernde Aufgabe beim SSV Jahn.

Bitte heißen Sie Herrn Göller beim SSV Jahn herzlich willkommen und scheuen Sie sich nicht, mit Ihren Fragen und Anregungen auf ihn zuzukommen.

Seine Kontaktdaten sind:

E-Mail: bastian.goeller@ssv-jahn.de
Telefon: 0941 / 6983-135

SCHULTERBLICK STEINWALD-BRENNEREI SCHRAML:

Regional, originell und authentisch

Link zum
Schulterblick-
Video



„Dieses Konzept, dass der SSV Jahn die Region Ostbayern als Botschafter vertreten möchte und sich auf allen Ebenen komplett an dieser Vision ausrichtet, finde ich sehr interessant. Denn das ist letztlich genau das, was wir auch wollen.“ Mit diesen Worten löst Gregor Schraml, der Inhaber der Brennerei Schraml e.K., gleich zu Beginn unseres Besuches in Erbdorf die Frage auf, die sich die Redaktion der Sponsoren News auf dem Weg in das im Steinwald gelegene Städtchen gestellt hatte: Wie lässt sich die Brücke vom Schnaps zum Fußball schlagen? Wie die Redaktion im Verlauf ihres Besuchs feststellen durfte, gibt es durchaus viele interessante Parallelen.

Seit dieser Saison ist die Brennerei Schraml Jahn Partner – bei Heimspielen werden seither auch die Spirituosen aus dem Steinwald ausgeschenkt. Was dabei die wenigsten Hospitality-Gäste wissen dürften: der Hersteller ist ein regionales Traditionsunternehmen. 2018 durfte Schraml sein 200-jähriges Bestehen feiern. Eine stolze Zahl, nicht zuletzt deshalb, weil sich die Brennerei dabei in einem sehr umkämpften und Schwankungen unterworfenen Markt behaupten konnte. Eine offensichtliche Parallele zum Fußball, wie Gregor Schraml schmunzelnd zugibt: „Ja, auch als Brennerei haben wir mit Aufschwüngen und Niedergängen zu kämpfen. Im zurückliegenden Jahrhundert beispielsweise mit den beiden Weltkriegen“, erzählt der Inhaber mit ernstem Blick. „Wir haben derartige Herausforderungen aber auch immer als Motivation dafür gesehen, neue Wege zu gehen.“

Neue, innovative Wege gehen – ein Thema, das sich durch die Geschichte der Brennerei Schraml zieht. In der Zeit nach den Weltkriegen destillierte das Familienunternehmen beispielsweise erstmals einen Gin (1957) und verarbeitete Glühwein-Rezepte, die sich, so Schraml, „heute neuer Beliebtheit erfreuen“. Der Gin – angelehnt an

das Stammhaus der Familie „Kaiser Hill 16“ genannt – steht dabei ein Stück weit exemplarisch für das Vorgehen der Brennerei Schraml. „London Dry Gin ist in der Gin-Welt eine Qualitäts-Bezeichnung. Unser Gin heißt deshalb Bavarian Dry Gin.“ Und diese Bezeichnung verdient er sich redlich. Zum einen, weil er höchste Qualitätsansprüche erfüllt, zum anderen weil bei der Produktion ausschließlich regionale Rohstoffe verwendet werden: „Das ist für uns unverhandelbar.“ erklärt Schraml. „Unser höchstes Gut ist, dass wir authentisch und regional sind. So bleiben wir gleichzeitig auch konkurrenzfähig. Beides muss und kann zusammenwirken.“

Ein Weg den Gregor Schraml und seine Mitarbeiter konsequent beschreiten – immerhin ist das Unternehmen auch die älteste Whisky-Brennerei Deutschlands. Zur breiten Produkt-Palette gehören nämlich neben klassischen Schnäpsen und Likören vor allem Produkte mit „angelsächsisch-kulturellem Hintergrund“ wie die Whisky-Linie „Stonewood“, die inzwischen aus vier verschiedenen Sorten besteht. Unter anderem aus dem „Stonewood 1818“, dem ältesten Whisky aus dem Hause Schraml, und dem „Stonewood Woaz“, dessen Rezeptur und Destillierung an die Weißbier-Produktion angelehnt ist. „Mit dem Stonewood 1818 haben wir uns auf neues Terrain gewagt. Die Erfahrungswerte haben dann wiederum dazu beigetragen, neue Produkte zu entwickeln, die zu uns passen und die heute sehr beliebt sind, weil sie unverkennbar sind“, beschreibt Gregor Schraml das Erfolgsgeheimnis seines Unternehmens.

Am Ende unseres Besuches schlägt er ein weiteres Mal die Brücke zwischen seiner Brennerei und dem Jahn: „Sowohl der SSV Jahn als auch die Brennerei Schraml stehen für Regionalität, Originalität und Authentizität. Deshalb passt das einfach sehr gut zusammen.“