

▶ SPONSOREN NEWS

AUSGABE 03/2015



*Mia spuin
fia eich*



PHÄNOMENALES ENTREE Die Eröffnung der Continental Arena

▶ SEITE 3-4

- ▶ Vorwort ▶ SEITE 2
- ▶ Sponsorengrillabend ▶ SEITE 5
- ▶ Schulterblick: The Monarch Hotel ▶ SEITE 6

REWAG

esaller
www.sport-saller.de



andré media AG

Netto
Marken-Discount



BTT BAUTEAM TRETZEL GMBH



Dallmeier

SEHR GEEHRTE PARTNER, FÖRDERER UND UNTERSTÜTZER DES SSV JAHN,

Nicht viele Dinge wurden vom altherwürdigen Jahnstadion mit in die neue Continental Arena überführt. Die vor Ihnen liegende Publikation „Sponsoren News“ bildet in dieser Hinsicht jedoch eine Ausnahme. Denn bereits in den VIP Containern an der Prüfeninger Straße haben wir Sie quartalsweise über die Veranstaltungen, Neuerungen, Hintergründe und Akteure im Geschäftskunden-Umfeld des SSV Jahn informiert. Und diese Tradition werden wir auch in unserer neuen Heimat pflegen.

In dieser Einleitung schwingt bereits eine Frage mit: Was ist neu und was altbewährt am SSV Jahn in der Continental Arena? Im Hinblick auf unsere Sponsorenlandschaft wird diese Fragestellung nebenstehend beantwortet.

Mit dem Erscheinen der Sponsoren News spielt der SSV Jahn sein 11. Spiel in der Continental Arena. Dazu kamen noch zwei Tage der offenen Tür und eine große Mitarbeiter-Veranstaltung von Continental. Wir versuchen den Überblick zu behalten und lassen die Ereignisse seit der Eröffnung Revue passieren.

Die Jahnelf ist fulminant und hoffnungsvoll in die Saison gestartet. Ein Ort, an dem die Grundlage dafür gelegt wurde, ist das Trainingslager im The Monarch Hotel Bad Gögging. Das 4-Sterne-Superior Hotel ist jedoch nicht nur für Trainingscamps perfekt geeignet, sondern war erneut erstklassiger Gastgeber für unseren Grillabend im Kreise der Sponsoren. Ein guter Grund, um sich mit Michael Lopacki, dem General Manager des Hauses, einmal genauer zu unterhalten.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre und verbleiben mit besten Grüßen



Philipp Hausner | Leiter Vermarktung Geschäftskunden (links)
Johannes Baumeister | Geschäftsführer Finanzen (Mitte)
Dr. Christian Keller | Geschäftsführer Profifußball (rechts)

NEUE SAISON, NEUES STADION, NEUE SPONSOREN?

Der Wechsel der Spielstätte kann als bislang größte, gravierendste und potenzialträchtigste Veränderung in der Historie des SSV Jahn bezeichnet werden. Der quasi zeitgleich zur Stadioneröffnung eingetretene Abstieg in die Regionalliga ist ein herber sportlicher Rückschlag. Welche Effekte das Zusammentreffen dieser beiden Ereignisse auf das Geschäftsfeld Jahn Business hat, möchten wir im Folgenden ansatzweise für Sie erläutern:

Beim Blick auf die Sponsoren-Seite in der Jahnzeit fällt auf: Über 90% der letztjährigen Sponsoren sind auch diese Saison dabei - oftmals mit veränderten Paketen, jedoch mit gleichbleibender Überzeugung. Denn die meisten dieser Partnerschaften haben sich über Jahre entwickelt und sind über mehrere Spielzeiten angelegt.

Die sichtbarste Veränderung hat sich auf der Trikotbrust ergeben. Nach drei Jahren als Hauptsponsor ist Händlmaier nunmehr auf dem Trikotärmel als Premium Partner präsent. Für die Jahre als Hauptsponsor und die Fortsetzung der Kooperation gilt Händlmaier unser herzlicher Dank. Neuer Hauptsponsor des SSV Jahn ist Netto Marken-Discount. Der in Maxhütte-Haidhof ansässige Lebensmitteldiscounter rückt damit an die Spitze der Sponsorenpyramide auf, um sein Standortengagement strahlkräftig auszudrücken. Wir freuen uns auf mindestens zwei Spielzeiten voller gemeinsamer Aktionen, von denen vor allem die Jahnfans kräftig profitieren werden.

Auch auf anderen Sponsoringebenen finden sich Neuerungen: So sind u.a. die Ausweitung der Partnerschaft auf Premium Ebene durch Dallmeier electronic (Weltmarktführer im Bereich Videosicherheitsysteme) oder die zahlreichen Sponsoren-Neuzugänge im Mittelbau der Sponsorenpyramide zu nennen. Gerade auf Klassik-Partner und Partner-Niveau erfreut sich der SSV Jahn einer immer breiter werdenden Kooperationsbasis aus der Region Ostbayern.

In Summe lässt sich festhalten: Die allermeisten Bestandssponsoren sind den Weg in die neue Arena mitgegangen, eine ganze Reihe von neuen Partnern ist langfristig hinzugekommen und auch im Laufe der Saison wird sich noch das ein oder andere Unternehmen mit dem SSV Jahn verbinden. Aus heutiger Sicht haben die Kooperationen im Spannungsfeld zwischen neuer Arena und erfolgtem Abstieg ihre Stabilität und Vorteilhaftigkeit gewahrt. Am Ziel angekommen, ist der SSV Jahn jedoch noch lange nicht. Der Weg hat gerade erst begonnen.

PHÄNOMENALES ENTREE

Die Eröffnung der Continental Arena

Im Juli 2015 wurde das neue Regensburger Fußballstadion, die Continental Arena, feierlich eingeweiht und dem SSV Jahn Regensburg somit gleichzeitig eine neue Heimat geschenkt.

Wie alles begann - Ein langer Weg bis zur Bauentscheidung

Die Diskussion um ein neues Fußballstadion für Regensburg ist alt. So alt sogar, dass viele langjährige Jahn Fans selbst nach Baubeginn noch sagten, sie glaubten erst an das neue Stadion, wenn sie es mit eigenen Augen sähen. Am infrastrukturellen Bedarf eines neuen Fußballstadions bestand indes kein Zweifel. Das baufällige Jahnstadion besaß zwar seinen eigenen, ehrlichen Charme, ermöglichte dem Jahn mangels zeitgemäßer Vermarktungspotenziale und daraus resultierend im Wettbewerbsvergleich weit unterlegener Erlöspotenziale über kurz oder lang jedoch keine Etablierung im Profifußball. Im Juli 2011 wurde schließlich der Stadtratsbeschluss zum Bau einer neuen Arena gefasst und im Januar 2014 rollten die ersten Bagger.

Ostbayerische Festtage zur Eröffnung der Continental Arena

Nach einer anderthalbjährigen Bauphase war es dann soweit: Die Continental Arena wurde in mehreren, über zehn Tage verteilten Zeremonien feierlich eröffnet. Den Auftakt machte ein Testspiel gegen eine Ostbayernauswahl am 07. Juli. Beim 2:1-Sieg der Auswahl gegen eine größtenteils aus Nachwuchs- und Testspielern zusammengestellte Jahn Mannschaft ging es vor 4.200 Zuschauern darum, sämtliche organisatorischen Abläufe in der Continental Arena zu testen und für das anstehende Eröffnungsspiel zu optimieren.

Bereits drei Tage später (10. Juli) fand dann das offizielle Eröffnungsspiel gegen den Bundesligisten FC Augsburg statt. Die Partie war bis auf wenige Plätze im Gästebereich restlos ausverkauft. Diejenigen, die sich ein Ticket hatten sichern können, erlebten ein rauschendes Fußballfest, bei dem der Europa-League-Teilnehmer mit 3:1 als Sieger vom Platz ging

Mit dem ersten Sieg für den SSV Jahn in der Continental Arena klappte es dann pünktlich zum Meisterschaftsaufaktspiel



der Regionalliga Bayern gegen Viktoria Aschaffenburg am 16. Juli. 3:2 stand es am Ende eines verrückten Spiels, das 7.800 Zuschauer begeisterte.

Auch die Tage der offenen Tür, welche die Stadt Regensburg anlässlich der Eröffnung veranstaltete, waren ein Besuchermagnet. Am 18. und 19. Juli waren alle Bürgerinnen und Bürger dazu eingeladen, ihr Stadion bei einem bunten Rahmenprogramm kennenzulernen. Über 20.000 Menschen folgten der Einladung.

Beim zweiten Ligaheimspiel der Saison am 31. Juli präsentierte der SSV Jahn gegen Schweinfurt 05 in Netto Marken-Discount seinen neuen Hauptsponsor. Dieser nutzte sogleich die mannigfaltigen Möglichkeiten, sich öffentlichkeitswirksam in der Continental Arena zu präsentieren. Neben zahlreichen Werbemaßnahmen manövrierte zum Erstaunen der knapp 7.000 Zuschauer sogar ein Netto-Zeppelin durch den Luftraum der Arena. Anschließend gewann der Jahn mit 5:0.

Das nächste Highlight sollte nicht lange auf sich warten lassen. Am 14. August, dem sechsten Spieltag der Regionalliga, lockte der Jahn sage und schreibe 12.689 Fußballfans zum Ostbayernderby gegen den FC Amberg (4:3) in die Continental Arena. Mehr Besucher hatte ein Spiel seit Bestehen der Regionalliga Bayern noch nie verzeichnet. Die Continental Arena hatte einen Monat nach ihrer Eröffnung bereits Geschichte geschrieben.

Doch das größte Fußballfest der Eröffnungswochen sollte erst noch kommen. Am 3. September gastierte der deutsche Rekordmeister FC Bayern München zu einem Freundschaftsspiel in der Continental Arena und brachte unter anderem seine Weltmeister Xabi Alonso und Philipp Lahm mit, die beide von Startrainer Pep Guardiola ca. 60 Minuten Einsatzzeit bekamen. Zur Begeisterung der Fans konnte der Jahn den großen FC Bayern mit 3:1 besiegen. Auch wenn die Bayern aufgrund einer Länderspielpause stark ersatzgeschwächt angetreten waren – damit hatte vorher niemand gerechnet. Und so werden sich die ostbayerischen Fußballfans an diesen Abend, bei dem die Continental Arena überdies mit 15.224 Zuschauern erstmalig ausverkauft war, noch lange erinnern.

Im für viele Jahnfans wichtigsten Spiel der Saison folgte am 26.9. gegen den Erzrivalen Wacker Burghausen ein 3:2-Sieg, der vor 6623 Zuschauern ausgiebig gefeiert wurde.

Fazit - Ein Leuchtturm für Ostbayern

Das von OB Joachim Wolbergs als „Leuchtturmprojekt für Ostbayern“ bezeichnete neue Regensburger Fußballstadion erstrahlt seit Juli 2015 hell an der A3 im Süden Regensburgs. Rund 80.000 Fahrzeuge passieren diesen Knotenpunkt täglich. Es hätte keinen öffentlichkeitswirksameren Ort für das neue Stadion geben können. Die Continental Arena findet schon jetzt als neues Wahrzeichen Ostbayerns Erwähnung.

Auch die Menschen der Region haben ihre neue Arena mit überwältigendem Interesse angenommen. Allein in den ersten drei Monaten nach Einweihung werden bei den Eröffnungsfeierlichkeiten und den ersten Spielen kumuliert knapp 120.000 begeisterte Menschen das Schmuckkästchen besucht haben. Die Continental Arena verdeutlicht damit schon jetzt, dass sie ein zentrales Vehikel ist, um den weichen Standortfaktor Profifußball für Regensburg und Ostbayern nutzbar zu machen. Der Bau der Arena war eine gute Entscheidung für die Region und ihre Menschen. Mit dem neuen Stadion wurden die infrastrukturellen Voraussetzungen für ein nachhaltiges Angebot von Profifußball in Regensburg geschaffen.

Auch für die ostbayerische Wirtschaft bietet die exklusive Infrastruktur der Continental Arena zahlreiche neue Potenziale und Ansatzpunkte, um unternehmerische Marketingziele zu verfolgen.

Nunmehr ist es am SSV Jahn diese Chance verantwortungsvoll zu nutzen und auch auf anderen Ebenen die entsprechenden Voraussetzungen zu schaffen, um hochklassigen Profifußball zu bieten und die Menschen in Ostbayern wieder stolz auf ihren Jahn zu machen. Der SSV Jahn wird sich dieser Verantwortung getreu seiner Markenwerte ambitioniert, bodenständig und glaubwürdig stellen.



SPONSOREN GRILLABEND IM THE MONARCH HOTEL

Erstklassige Netzwerkveranstaltung



Bereits zum dritten Mal in Folge gastierte die Profimannschaft des SSV Jahn Regensburg für ihr Sommertrainingslager beim Klassik Partner The Monarch Hotel in Bad Gögging. Gegen Ende der Trainingswoche erhielten wie bereits im Vorjahr alle Sponsoren des SSV Jahn die Gelegenheit, den neu zusammengestellten Kader im Rahmen des Sponsorengrillabends kennenzulernen. Nach dem offiziellen Teil, durch den TVA-Moderator Matthias Walk führte, bestand bei leckerem Essen und Trinken die Gelegenheit, sich mit Spielern und Verantwortlichen des SSV auszutauschen oder den ein oder anderen Geschäftskontakt zu pflegen oder neu zu knüpfen. Das Personal des The Monarch Hotels sorgte dafür, dass es den Gästen an nichts fehlte und verwöhnte die Anwesenden mit leckeren Grillspezialitäten und weiteren Delikatessen. So verlebte man im tollen Ambiente des Atriums des The Monarch Hotels einen wunderbaren Abend.



SCHULTERBLICK IM THE MONARCH HOTEL

Trainingslagerhotel für höchste Ansprüche

„Dienen am Gast - das gilt auch noch im 21. Jahrhundert“

Wenn Michael Lopacki zu Terminen im The Monarch Hotel in Bad Gögging empfängt, dann tritt er nicht wie der Generaldirektor eines großen 4 Sterne superior Hotels auf, sondern eher wie ein fürsorglicher Gastgeber. Mit einladender Geste begegnet er uns in der großen, geschmackvoll eingerichteten, Eingangshalle. „Setzen Sie sich doch. Was möchten Sie denn trinken?“ Mag es zunächst noch verwunderlich erscheinen, dass das anschließende Gespräch nicht in der Vertraulichkeit eines Büroraumes sondern in unmittelbarer Nähe zur Rezeption stattfindet, so fügt sich dies schnell ins Gesamtbild. „Ich bin sehr gerne ‚an der Front‘ und mitten im Geschehen. So halte ich den Kontakt zu Gästen und Mitarbeitern und kann sehen, ob es ihnen gut geht.“, erklärt Lopacki.

Der Hotelchef nimmt unsere Wünsche persönlich auf und nur wenige Augenblicke später werden die Getränke an den Tisch gebracht: „Wir sind ein 4.5 Sterne full-service Hotel. Dienen am Gast - das gilt auch noch im 21. Jahrhundert.“ Lopacki weiß wovon er spricht. Schließlich hat der 51-jährige das Handwerk des Hotelwesens von der Pike auf gelernt. Angefangen mit einer Ausbildung zum Hotelfachmann in Aachen, arbeitete er sich auf der Karriereleiter stetig nach oben. Auf dem Weg dorthin sammelte er auch wertvolle Erfahrungen in exklusiven 4, 4.5 und 5 Sternehotels, unter anderem in Köln, Dresden, Leipzig, Hannover, Berlin, Starnberg oder auch im englischen Brighton. Darüber hinaus bildete er sich regelmäßig fort; etwa durch einen Sommerkurs an der berühmten Hotelfachschule in Lausanne oder mit einem Management Training bei Marriot Hotels in Washington. Seit nunmehr sechs Jahren steht Lopacki an der Spitze des Monarch Hotels. Mit dessen Entwicklung ist er hochzufrieden: „Wir konnten unsere Umsätze von Jahr zu Jahr steigern, weil wir hier sehr ordentliche Arbeit leisten. Wir haben in Bad Gögging ein kleines Paradies geschaffen!“

Wobei von „klein“ bei über 310 komfortablen Zimmern und Suiten, mehreren Restaurants, Cafes und Biergärten, 2.500 Quadratmetern

Veranstaltungsfläche sowie einem großzügigen 1.500 qm Wellbereich mit Thermalinnen- und Außenpool nicht die Rede sein kann. Das Monarch Hotel überzeugt mit seinem vielschichtigen Angebot, durch das es die Bedürfnisse verschiedenster Anspruchsgruppen befriedigt. Firmen und Organisationen, denen das Monarch Hotel als optimaler Ort für Tagungen und andere Veranstaltungen dient, bilden das Kerngeschäft. Gerade an Wochenenden buchen sich aber auch Privatpersonen ein, um dem Stress des Alltages zu entfliehen. Im Rahmen des Sponsorengrillabends konnten sich im letzten und auch in diesem Jahr die Partner des SSV Jahn vom tollen Ambiente im The Monarch Hotel überzeugen. „Uns geht das gut von der Hand, weil es zu unserem Tagesgeschäft gehört. Und die große Resonanz in diesem Jahr hat gezeigt, dass das Event Anklang findet.“

Die perfekte Infrastruktur, die das 4-Sterne-Superior-Hotel bietet, zieht zunehmend auch Mannschaften aus dem internationalen Spitzensport an. Sie reisen ins Trainingslager nach Bad Gögging, um sich optimal für kommende Aufgaben vorbereiten zu können. Seit drei Jahren kommt auch der SSV Jahn Regensburg in diesen Genuss. Das Monarch Hotel engagiert sich dabei sogar als Klassik Partner: „Auch wenn wir international ausgerichtet sind, ist uns die Verwurzelung in der Region wichtig. Der Jahn ist ein toll geführter Traditionsverein, den wir sehr gerne unterstützen und mit dem wir inzwischen ein Stück weit freundschaftlich verbunden sind.“, berichtet Michael Lopacki.

Während er mit uns spricht, beobachtet der Generaldirektor das Treiben im Hotel mit wachsamem Auge. Aus seinem Blick spricht dabei der Stolz auf seine rund 190 Mitarbeiter: „Wer in unserem Team arbeitet muss nett, hilfsbereit, freundlich und natürlich sein. Denn nur wer das Herz am rechten Fleck trägt, ist auch in der Lage, die Dienstleistung am Gast zu erbringen.“ Diesen Eindruck nehmen auch wir einmal mehr von unserem Besuch in Bad Gögging mit nach Regensburg. Der SSV Jahn ist immer gerne zu Gast im The Monarch Hotel.



Pflegt den Kontakt zu seinem Team: Michael Lopacki, Generaldirektor des The Monarch Hotel in Bad Gögging, im Gespräch mit seiner Assistentin Sabrina Bernhard-Linz und Mitarbeiterin Saranda Rexhepi.