



Sponsoren News

Ausgabe 01|2021

Vorwort & Leitartikel

Was steckt hinter dem neuen Jahn Jahresmotto? | Seite 2

Fachartikel

Mediawerte des SSV Jahn steigen erneut | Seite 5

Schulterblick Wagner Sport Signage

Offizieller Signage Partner im Sonderspielbetrieb | Seite 6

„Zusammen Haltung zeigen“

Das Jahn Jahresmotto 2021

gestaltet von

VALENTUM KOMMUNIKATION 
Marketing. Design. Event.

gedruckt von

die printzen
Meisterdruckerei

Netto
Marken-Discount

Bischofshof
Brot & Backwaren

Dallmeier

**ECKERT
SCHULEN**

JAHN TV

*Mia spuin
fia eich*

RAUFBERG

REWAG

'saller
TeamSport

WOLF



Liebe Sponsoren und Partner, sehr geehrte Damen und Herren,

über ein Jahr bestimmt die weltweite Corona Pandemie nun unseren Alltag und damit auch all das, was rund um den SSV Jahn und in seinem Business Netzwerk passiert. In der heutigen Ausgabe der Sponsoren News möchten wir zusammen mit Ihnen auf Aspekte blicken, die sich aufgrund der Pandemie verändert haben, und auch solche Dinge beleuchten, die gänzlich unverändert geblieben sind.

Ein Format, das beide vorgenannten Aspekte vereint, ist der Jahn Neujahrsempfang 2021. Erstmals fand er als interaktiver Video-Stream statt und war dadurch auch allen Jahnfans zugänglich. Vor über 600 Zuschauer wurde dabei in traditioneller Weise das neue Jahn Jahresmotto „Zusammen Haltung zeigen“ vorgestellt. Darauf blickt der Leitartikel der vorliegenden Ausgabe der Sponsoren News ausführlich.

Ferner betrachten wir die Ergebnisse der externen Medien- und Reichweite-Analyse für die Hinrunde der Saison 2020/21. Die hierbei erzielten sehr positiven Ergebnisse lassen sich teilweise durch das veränderten Mediennutzungsverhalten während der Corona-Pandemie erklären.

Abschließend stellen wir Ihnen mit der Firma Wagner Sport Signage den offiziellen Werbemittel Partner des SSV Jahn etwas genauer vor. Die Amberger Logistik- und Signage-Experten waren Corona-bedingt besonders gefordert und mussten rund um das Werbemittel-Setup an Geisterspieltagen besonderes für den SSV Jahn und seine Partner leisten.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre und hoffen sehr, dass es uns allen bald wieder möglich sein wird, die Spiele der Jahnelf vor Ort im Jahnstadion Regensburg verfolgen zu dürfen.



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



„Zusammen Haltung zeigen“

Was steckt hinter dem Jahn Jahresmotto 2021?

Auch im Jahr 2021 lud der SSV Jahn zum traditionellen Neujahrsempfang. Aufgrund der Corona-Pandemie fand die Veranstaltung Mitte Januar erstmals als Video-Stream virtuell auf Jahn TV, dem Club-TV des SSV Jahn, statt und symbolisierte damit auch direkt die Bedeutung des neuen Jahresmottos: „Zusammen Haltung zeigen“. Die gewohnte Durchführung als Präsenzveranstaltung war wegen den durch die Corona-Pandemie ausgelösten Beschränkungen nicht möglich, doch zur virtuellen Veranstaltung in diesem Jahr konnte im Nachgang ein durchaus positives Fazit gezogen werden. Im Vorfeld des Neujahrsempfanges konnten sich geladene Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Medien sowie der Jahn Partnervereine zur Veranstaltung anmelden. Der Neujahrsempfang war darüber hinaus aufgrund seines digitalen Formats auch erstmals allen Jahnfans sowie sonstigen Interessierten über die Kanäle des SSV Jahn zugänglich.



QR-Code zum Video-Stream des digitalen Neujahrsempfangs 2021 auf Jahn TV



Zusammenhalt im Innen- und Außenverhältnis in den vergangenen Monaten

Über 600 Zuschauer an den Bildschirmen durften zunächst die Eröffnungsrede von Hans Rothhammer verfolgen. „Das Jahr 2020 war auch für den SSV Jahn geprägt von der Corona-

Pandemie mit Spielen ohne Zuschauer, hohen Umsatzverlusten und schmerzhaften Einschnitten, wie sie große Teile der Wirtschaft getroffen haben. Einer strengen und konservativen Ausgabendisziplin auf allen Ebenen sowie dem teilweisen Gehaltsverzicht von leitenden Angestellten und Spielern ist es jedoch zu verdanken, dass wir bislang ohne nachhaltige wirtschaftliche Schäden durch diese schwere Zeit gekommen sind. Bei allen Fans, Sponsoren, Behörden, Geschäftsfreunden und Mitarbeitern bedanke ich mich ausdrücklich für das Verständnis und die Solidarität in dieser Zeit“, so der Vorstandsvorsitzende des SSV Jahn Regensburg e.V. und weiter: „Der Zusammenhalt sowohl im Innen- als auch Außenverhältnis mit den unterschiedlichsten Anspruchsgruppen hat uns bisher gut durch diese Krise gebracht. Lassen Sie uns auch weiterhin fest zusammenhalten.“

Zunehmende gesellschaftliche Verankerung des SSV Jahn in Ostbayern

Damit war der offizielle Teil des virtuellen Jahn Neujahrsempfangs, der auch in diesem Jahr von Matthias Walk moderiert wurde, eröffnet. Es folgte ein Rückblick auf das Jahn Jahr 2020 aus dreierlei Perspektiven: vermarktungsbezogene, infrastrukturelle und sportliche Entwicklungen des SSV Jahn aus 2020 wurden, u.a. durch Interviews mit Leiter Vermarktung Geschäftskunden Philipp Hausner, Chef-Trainer Mersad Selimbegovic und Spielerlegende Oliver Hein, Revue passieren gelassen. So berichtete Philipp Hausner zum Beispiel, inwiefern die Pandemie Auswirkungen auf die gesellschaftliche Verankerung des SSV Jahn am Standort Ostbayern hat. „Die durch die pandemischen Beschränkungen an und außerhalb der Spieltage ausgelöste fehlende Vororterlebbbarkeit konnte allen voran durch glänzende externe Mediareichweiten kompensiert werden. Der Reichweitenzuwachs im Vergleich zum Vorjahr lag bei 30%. Zudem ist die Anzahl der Jahn Partnervereine in 2020 auf über 100 angewachsen. Auch die positiven Absatzzahlen der Solidaritäts-Dauerkarte „Jahn sein“ für die Saison 2020/21 ist ein klarer Beleg für die trotz Pandemie bestehende starke gesellschaftliche Verankerung des SSV Jahn in Ostbayern“, so der Leiter Vermarktung Geschäftskunden & Prokurist der SSV Jahn Regensburg GmbH & Co. KGaA.

Zum Abschluss des digitalen Neujahrsempfangs erläuterte Jahn Geschäftsführer Profifußball Dr. Christian Keller dann das Jahn Jahresmotto für 2021, das erstmals bereits im Vorfeld des Neujahrsempfangs bekannt gegeben wurde: Nach „Und wir geben nicht auf“ (2016), „Grenzen verschieben“ (2017), „Historisches leisten“ (2018), „Gemeinsam etablieren“ (2019) und „Jahn Sein“ (2020) lautet das Motto für 2021 **„Zusammen Haltung zeigen“**.

Christian Keller stellte das Jahresmotto anhand von drei Fragen näher vor:

1. „Wo steht der SSV Jahn heute?“
2. „Wo will der SSV Jahn in 2021 hin?“
3. „Wie können wir unsere Ziele in 2021 erreichen?“

Bei der Antwort auf die erste Frage verwies Keller darauf, dass dem SSV Jahn durch die Pandemie trotz bislang sehr gutem Krisenmanagement sein Herzstück genommen wurde. So habe das Fehlen der Menschen den SSV Jahn tief ins Mark getroffen. In der Folge betonte Christian Keller die Bedeutung des Zusammenkommens der Menschen für den Fußball: So sei Profifußball eines der letzten großen sozialen Massenphänomene und bringe Menschen unabhängig von Alter, Geschlecht, Religion, Kultur und sozialer Herkunft zusammen.

Ziel: In 2021 wieder nah an den Menschen in Ostbayern sein

Daraus abgeleitet lieferte Keller die Antwort auf die zweite Frage bzw. stellte den zentralen Antrieb des SSV Jahn für 2021 heraus: „Im neuen Jahr soll die soziale Kraft des Profifußballs für Regensburg und die gesamte Region Ostbayern wieder über den SSV Jahn wirksam werden können.“ Heimspieltage mit Zuschauern, Sponsoring-Veranstaltungen, Aktivitäten mit den Jahn Partnervereinen, soziale Projekte im Kontext von Jahn Sozial – Brücken für Regensburg sowie das Fußballspielen im Leistungszentrum Jahnschmiede, der SSV Jahn Fußballschule und der SSV Jahn Ballschule – all das müsse nach Ende der Pandemie wieder funktionieren. „Wir möchten wieder nah an den Menschen sein, weil wir als SSV Jahn davon leben.“

Wie schnell diese Ziele realisiert werden können, liege laut Keller nur bedingt im Einflussbereich des SSV Jahn. „Wann die Pandemie vorüber ist bzw. wann die politischen Entscheidungsträger eine Rückkehr zur Normalität erlauben werden, liegt außerhalb der Einflussmöglichkeiten des

SSV Jahn.“ Gerade aufgrund dieser besonderen Situation betonte Christian Keller als Antwort auf seine dritte Frage die Bedeutung des neuen Jahresmottos: „In einer solchen Situation ist die innere Haltung und das daraus resultierende Verhalten allesentscheidend und richtungsweisend. Unsere Haltung ist der Beginn von allem, unsere Haltung lenkt uns und unsere Haltung ist damit auch die Grundlage für das Erreichen unserer Ziele. Und eines ist besonders gut an Haltung: man entscheidet einzig und allein selbst, wie diese ist.“

Innere Haltung und das daraus resultierende Verhalten entscheidend

Für folgende Haltungsaspekte möchte der SSV Jahn im Jahr 2021 stehen:

1. **Durchhaltevermögen**, weil nur wer nie aufgibt auch an sein Ziel kommen wird.
2. **Zuversicht**, weil es im Leben nie eine Alternative zum Optimismus gibt.
3. **Vertrauen**, weil umso herausfordernder die Situation ist, umso wichtiger ist es, sich aufeinander verlassen zu können und sich gegenseitig zu helfen.
4. **Dankbarkeit**, weil es eines der größten Privilegien überhaupt ist, seine eigene Zukunft gestalten zu dürfen.
5. **Verantwortungsbereitschaft**, weil jeder einzelne einen Beitrag dazu leisten kann, dass das große Ganze gelingt. Und zu guter Letzt:
6. **Gemeinschaftsdenken**, weil das Wir immer größer sein muss als das Ich und weil die wirklich wichtigen Herausforderungen im Leben immer nur gemeinsam gelöst werden können.

Mit dieser Haltung möchte der SSV Jahn im Jahr 2021 vorangehen.



Studie weist zunehmende Reichweiten und Werbeträgerkontakte des SSV Jahn Regensburg aus

Mediawerte steigen erneut

Über eine Sponsoring-Partnerschaft mit dem SSV Jahn lassen sich aus Unternehmenssicht grundsätzlich fünf unterschiedliche Zielsetzungen anstreben: Steigerung von Bekanntheit und Wahrnehmung für die eigene Marke, Emotionale Aufladung der eigenen Marke und positiver Imagetransfer, Positive Effekte für Absatz, Vertrieb und Netzwerk, Mitarbeiterbindung, -gewinnung und -entwicklung sowie Aufbau einer Employer Brand, Demonstration von Standortengagement und gesellschaftlicher Verantwortung.

Für die Erreichung dieser Zieldimensionen – insbesondere der beiden erstgenannten – hat die **Präsenz des SSV Jahn in den externen Medien** (TV, Print, Online) eine wichtige **Grundlagenfunktion**. Aufgrund dieses Zusammenhangs sind Reichweiten-, Werbeträgerkontakt- und Werbeäquivalenzwert-Analysen in der Theorie und Praxis bewährte Grundsäulen der Erfolgskontrolle von Sponsoringmaßnahmen. Dabei steht die folgende **Leitfrage** im Betrachtungsfokus:

Wie groß sind die Reichweite und der mediale Wert des SSV Jahn Regensburg und damit des Vehikels meiner Sponsoring-Partnerschaft?

Zur Beantwortung dieser Fragestellung beauftragt der SSV Jahn seit nunmehr drei Spielzeiten die **ValuMedia GmbH** aus Stuttgart, ein renommierter Anbieter für Medien- und Marktforschung im Sportbusiness. Für die Hinrunde der Saison 2020/21 lassen sich folgende **Kernaussagen** ableiten (Erläuterungen zu Fachtermini stehen in der farbigen hinterlegten Box):

1. Der SSV Jahn Regensburg konnte seinen **medialen Wert** im Vergleich zum Vorjahr (=Hinrunde der Saison 2019/20) um **13% steigern**.
2. Das Interesse an den **Live-Einzelspielen** des SSV Jahn Regensburg ist bei TV-Zuschauern im Vergleichszeitraum um **16% gewachsen**.

Der mediale Wert wird durch die erreichten Werbeträgerkontakte definiert. Der nachgewiesene Zuwachs von 13% unterstreicht, dass die derzeit fehlende Stadionzuschauerreichweite medial abgedeckt werden konnte. Analysen beispielhafter

Sponsoring-Engagements weisen dabei erfreulich **hohe Werbeäquivalenzwerte** für die jeweiligen Sponsoren aus. Diese Kennzahlen unterstreichen zum einen die werbliche Attraktivität der Jahnelf und bestätigen zum anderen die Funktionalität des alternativen Werbemittelkonzepts, welches bei den Spielen ohne Zuschauer eingesetzt wurde und wird.

Untenstehende **Abbildung** ermöglicht eine detailliertere Betrachtung relevanter Kennzahlen aufgeschlüsselt nach Medium für die Hinrunde 2020/21.

Die **Beitragsdauer im TV** betrug über 56 Stunden und damit **5 Stunden mehr** als im Vorjahr. Der Zuwachs kann zu einem signifikanten Teil der sportlich erfolgreichen Teilnahme am DFB-Pokal zugerechnet werden. Die **mediale Reichweite** des SSV Jahn lag im Betrachtungszeitraum bei 690 Mio. Auch hier verzeichnet die Hinrunde der Spielzeit 2020/21 ein Wachstum zur Vorsaison: 70 Mio. Kontakte mehr erreichte der SSV Jahn. Ein **Plus von 10%**, das vor allem von den Online Medien, aber auch von den Print Medien getragen wurde. Entsprechend der **Reichweitenentwicklungen** resultiert das oben angesprochene Wachstum der Werbeträgerkontakte vor allem aus dem Zuwachs in den Bereichen Online Medien und Print. In Summe generierte der SSV Jahn in der Hinrunde 2020/21 bemerkenswerte **2 Milliarden Werbeträgerkontakte**.

Vor dem Hintergrund des Spielbetriebs ohne Zuschauer ist die zweite Kernaussage ein starkes Signal in die Region Ostbayern. Der SSV Jahn verzeichnete in der Hinrunde **16% mehr Zuschauer bei seinen Livespielen** als in der Vorsaison. So entschieden sich signifikant mehr Fußballfans für das Einzelspiel der Jahnelf und bringen damit die Attraktivität des SSV Jahn sowohl als Wettbewerber als auch als Kommunikationsplattform in der 2. Bundesliga zum Ausdruck.

Insbesondere in einem Betrachtungszeitraum, der von Zuschauerausschluss, spieltagesbezogenen Planungsunsicherheiten und einem gänzlich ungewohnten Spielplan geprägt war, sind diese Ergebnisse als Erfolg zu bewerten und gleichzeitig Ansporn, den medialen Fußabdruck und damit die Werbewirkung des SSV Jahn Regensburg weiter zu vergrößern.

	TV	Print	Online	Gesamt	20/21 vs. 19/20
Beitragsdauer (Std.)	56	-	-	56	+10%
Reichweite (Mio.)	72	266	352	690	+10%
Werbeträgerkontakte (Mio.)	833	310	945	2.088	+13%

Abbildung: Übersicht Mediawerte Hinrunde 2020/21

Glossar

Werbeträgerkontakt:

Die Werbeträgerkontakte setzen die Länge jeder Berichterstattung mit ihrer Reichweite in Beziehung. So entsteht ein Index, der den medialen Wert jedes Beitrags ausdrückt und kumuliert einen objektiven Vergleichsmaßstab bietet.

Werbeäquivalenzwert:

Der Werbeäquivalenzwert gibt darüber Auskunft, wie viel ein Sponsor für die Schaltung klassischer Werbung bezahlen müsste, um die gleiche Werbewirkung wie durch sein Sportsponsoring Engagement zu erzielen.



Offizieller Signage Partner mit besonderer Rolle im Sonderspielbetrieb

Wagner Sport Signage

Seit März 2020 beeinflusst die weltweite Corona-Pandemie das gesellschaftliche Leben in unterschiedlicher Art und Weise. Auch der SSV Jahn ist nun seit knapp einem Jahr mit vielfältigen und neuartigen Herausforderungen konfrontiert, insbesondere im Geschäftsfeld Jahn Business. Ein Blick zurück: Am 16. Mai 2020 sollte der Ball nach knapp zweimonatiger Spielpause in deutschen Fußball-Stadien schließlich wieder rollen, der Bundesliga-Spielbetrieb der Saison 2019/20 wurde bis Ende Juni vor leeren Rängen und strengen Auflagen wiederaufgenommen.

Die Folge: Das politisch-behördliche Verbot zur Durchführung von Heimspielen mit Zuschauern beeinträchtigte oder verhinderte teilweise die Erbringung von regionalen Werbe- und Ticketing-Rechten in ihrer ursprünglich vereinbarten Form. Um dem eigentlich angedachten Marketing-Effekt dennoch bestmöglich nachzukommen, wurden bereits in der Spielpause im Frühjahr 2020 alternative Werberechte und kreativ-emotionale Kompensationsleistungen mit den Partnern erarbeitet und schließlich umgesetzt. Eine überwältigende Mehrheit der Jahn Partner und JahnClub-Mitglieder hatte sich ganz zu diesen alternativen Mehrwerten und damit auch zur Partnerschaft mit dem SSV Jahn bekannt.

Die alternative Kompensation der Leistungen wurde in der Saison 2019/20 und wird auch in der aktuell laufenden Spielzeit an den Heimspieltagen der Jahnelf unter anderem in Form von Sonderbannerwerbeformen im Jahnstadion Regensburg umgesetzt. Die Wagner Sport Signage GmbH & Co. KG zeigt sich dabei in der Funktion als „Signage Partner des SSV Jahn“ für die Entwicklung, Produktion und Anbringung der Werbemittel im Jahnstadion Regensburg verantwortlich. „Wagner Sport Signage ist ein in Ostbayern verwurzelt Unternehmen, das über enorme Erfahrung und Expertise im Bereich Werbedienstleistungen verfügt. Davon konnten wir uns bereits in den intensiven Tagen vor dem Re-Start im

Mai 2020 überzeugen“, erklärt Philipp Hausner, Leiter Vermarktung Geschäftskunden & Prokurist des SSV Jahn, und fügt hinzu: „Auch in den bisherigen Heimspielen der Saison 2020/21 hat Wagner Sports Signage durch die Produktion und Anbringung der Werbebanner auf den unterschiedlichen Tribünen im Jahnstadion Regensburg für bestmögliche Lösungen gesorgt, um die derzeit fehlende Vor-Ort-Wahrnehmung des Sponsorings medial zu kompensieren.“

Bei Alexander Grau, Operations Manager bei Wagner Sport Signage, steht dabei die optimale Qualität im Zuge der Produktion und Anbringung der Werbebanner an höchster Stelle: „Wir haben insgesamt 450 Quadratmeter des sogenannten Mesh-Banner produziert und auf den Tribünen angebracht. Uns war es sehr wichtig, alle Stationen des Herstellungsprozesses von höchster Qualität umzusetzen. Sowohl bei unseren Materialien als auch bei den von uns angewendeten Druckverfahren setzen wir unseren Fokus deshalb auf die Qualität des Endproduktes. Das Material der Banner ist mehrfach verwebt und besteht aus verschiedenen robusten Kunststoffen“, so Alexander Grau.



Die Umsetzung ihrer Kompetenz im Zuge der Kooperation mit dem SSV Jahn ist dabei in die Kategorie „Best Practice“ einzuordnen. Zur Saison 2019/20 hatte sich die Wagner Sport Signage als Klassik Partner dem SSV Jahn angeschlossen. Das weltweit agierende Unternehmen ist ein in Amberg ansässiger Werbedienstleister im Bereich Event und Sport. Wagner Sport Signage produziert dabei nicht nur Werbemittel für den Profifußball, sondern wirkt bereits seit vielen Jahren als Vertragspartner in diversen internationalen Motorsportserien mit. Eine Kernkompetenz stellen dabei die Planung sowie Produktion und Installation von Print Signage dar – wie im speziellen Fall im Jahnstadion Regensburg.