

SPONSOREN NEWS



*Mia spuin
fia eich*

AUSGABE 01/2019

Gestaltet von:

VALENTUM KOMMUNIKATION
Marketing. Design. Event. 

Gedruckt von:

die **printzen**
Meisterdruckerei.

„GEMEINSAM ETABLIEREN“:

Ausblick auf ein herausforderndes Jahn Jahr 2019



- ▶ Vorwort & Leitartikel ▶ Seite 2
- ▶ Veranstaltungsrückblick „Jahn Neujahrsempfang 2019“ ▶ Seite 4
- ▶ Vorstellung Potenziale Jahn TV ▶ Seite 6
- ▶ Ergebnisse Sponsoren-Befragung ▶ Seite 8
- ▶ Schulterblicke Eckert Schulen und die printzen ▶ Seite 11&12

andré media AG


Bischofshof
THE HOTEL & SPA RESORT


Dallmeier


ECKERT
SCHULEN

Netto
Marken-Discount


RADER

die Versorger
REWAG


SALLER
TEAM.SPORT

WOLF

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, LIEBE SPONSOREN UND PARTNER,

seit 2014 laden wir Sie in jedem Jahr zu einem stimmungsvollen Neujahrsempfang ein. Der passende und mittlerweile bestens etablierte Rahmen für einen gemeinsamen Rückblick auf das vergangene und einen Ausblick auf das neue Jahr. Im Januar 2019 konnten wir dabei zusammen mit Ihnen auf ein historisch erfolgreiches Jahr 2018 zurückblicken. Ein Jahr voller Bestmarken und Erfolge, an dessen Gelingen Sie alle mit Ihrer Unterstützung einen entscheidenden Anteil hatten. Dafür möchten wir uns an dieser Stelle noch einmal sehr herzlich bedanken.

Für 2019 streben wir eine dauerhafte Verfestigung auf dem erreichten, hohen Niveau an. Denn für den SSV Jahn ist es aufgrund seiner aktuellen wirtschaftlichen und infrastrukturellen Gegebenheiten alles andere als selbstverständlich, dauerhaft das aktuelle sportliche Level zu halten. Aber genau dorthin soll unser Weg führen. Auf die dafür erforderlichen Entwicklungen geht der nebenstehende Leitartikel dieser Ausgabe der Sponsoren News ein. Auf den nachfolgenden Seiten

blicken wir auf unseren Neujahrsempfang zurück und liefern Ihnen eine detaillierte Vorstellung von Jahn TV, unserer neu-geschaffenen Video-Plattform (tv.ssv-jahn.de), auf der Sie mit Ihrem Unternehmen ganz gezielt die Zielgruppen der Jahnfans und Fußballinteressierten ansprechen können. Im darauffolgenden Kapitel ordnen die Experten der agentur werkDREI und mafotools GmbH in einem Gastartikel die erneut äußerst erfreulichen Ergebnisse der Sponsoren-Befragung 2019 ein, ehe zwei Schulterblicke Ihnen zwei wichtige Partner des SSV Jahn genauer vorstellen. Zum einen haben wir einen Blick hinter die Kulissen bei der die printzen GmbH, dem umweltfreundlichen Druckpartner des SSV Jahn, gewagt. Zum anderen haben wir in Erfahrung gebracht, wie der Jahn Premium Partner Eckert Schulen den „Weiterbildungshunger“ von Mitarbeitern und Unternehmen stillen kann.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre und freuen uns auf eine weiterhin vertrauensvolle Zusammenarbeit in 2019, in dem wir uns auch mithilfe Ihrer Unterstützung „gemeinsam etablieren“ möchten.



Hans Rothhammer
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

„GEMEINSAM ETABLIEREN“ Das Jahn Motto für 2019

Der SSV Jahn darf auf ein historisch erfolgreiches Jahr 2018 zurückblicken: Der Klassenerhalt in der 2. Bundesliga wurde geschafft, die finanzielle Kernsanierung des Clubs ist abgeschlossen, der Jahn gehört sich wieder selbst und die Zertifizierung der Jahnschmiede als DFB Nachwuchsleistungszentrum konnte erfolgreich absolviert werden. Es wurde also wahrlich auf vielen Ebenen im Jahr 2018 Historisches geleistet. Dennoch sind diese erfreulichen Entwicklungen kein Grund sich auszuruhen. Denn die größten Herausforderungen für den SSV Jahn liegen in der Zukunft. Von Irving Berlin, einem US-amerikanischen Komponisten und Songwriter, ist das folgende Zitat überliefert: „Das Schwierigste am Erfolg ist, dass man erfolgreich bleiben muss“. Und genau diese Herausforderung stellt sich dem SSV Jahn im schnelllebigen Geschäft des Profifußballs immer wiederkehrend. Richten wir also den Blick nach vorne. Das neue Motto, das den Jahn durch das Jahr 2019 tragen soll, lautet deshalb: „Gemeinsam etablieren“. Dieses Motto ist in allen Jahn Bereichen mit konkre-

ten und spezifischen Zielen verbunden – für die Profis, den Nachwuchs und natürlich auch für das komplette wirtschaftliche Tun. Lassen Sie uns genauer in die drei Bereiche blicken:

Gemeinsam etablieren aus Sicht der Jahnschmiede: Wettbewerbsfähigkeit erhöhen

Etablieren heißt für die Jahnschmiede konstant wettbewerbsfähig mit Leistungszentren vergleichbarer Größenordnung zu werden. Davon ist sie aktuell noch entfernt. Der SSV Jahn hat in den vergangenen Jahren sehr viel investiert, um die Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass in der Jahnschmiede wieder leistungsorientierte Nachwuchsarbeit möglich ist. Meilensteine waren die Lizenzierung als DFB-Leistungszentrum in 2016 und der Durchlauf der Zertifizierung als höchstem Gütesiegel im deutschen Fußball in 2018. Ziel der Jahn Nachwuchsarbeit ist nun allmählich regelmäßig Nachwuchsspieler auszubilden, die den Sprung in den Profikader schaffen.

Gemeinsam etablieren aus wirtschaftlicher Sicht:

Standortpotential ausschöpfen

Etablieren bedeutet in diesem Kontext das wirtschaftliche Potential des Standorts für den Jahn auszuschöpfen. Auch davon ist der SSV Jahn noch entfernt. Denn Regensburg ist eine Boom-Stadt und Ostbayern eine vielfältige, prosperierende Region. Die wirtschaftliche Sanierung des Jahn kann deshalb nur eine erste Etappe gewesen sein. Stadt und Region erlauben es, dass die wirtschaftliche Lücke des Jahn zu vergleichbaren Zweitligastandorten auf Sicht geschlossen werden kann. Anders formuliert geht es darum, die Verkaufszahlen in den Bereichen Sponsoring, Ticketing, Merchandising und Mitgliederwesen nachhaltig zu stabilisieren und weiter auszubauen, um auf das Niveau vergleichbarer Wettbewerber zu kommen.

Gemeinsam etablieren aus Sicht der Jahn Profis:

Zu den Top39-Clubs in Deutschland zählen

Für die Jahn Profis bedeutet „Etablieren“ dauerhaft zu den Top39-Clubs in Deutschland zu zählen, besser natürlich noch zu den Top33. Daraus folgt, dass die Regelspielklasse für den Jahn die 2. Bundesliga sein soll. Regensburg ist im nationalen Standortvergleich gemessen an den für Profifußball relevanten Standortkriterien ein Zweitligastandort. Durch die dem Fußball innewohnenden Unwägbarkeiten kann es für den SSV Jahn aber auch nach unten oder oben gehen. Mit Blick auf die Ausgangssituation des SSV Jahn, der rein wirtschaftlich immer noch ein Abstiegs kandidat in der 2. Bundesliga ist, muss deshalb gerade auch der Fall, dass es wieder einmal eine Liga nach unten gehen kann, derart abgesichert werden, dass anschließend mit hoher Wahrscheinlichkeit ein direkter Wiederaufstieg in die 2. Bundesliga realistisch ist.

Ein Motto für große Weichenstellungen

Alle drei Bereiche von „Gemeinsam etablieren“ eint, dass sie sich streng genommen nicht auf ein Jahr begrenzen lassen, sondern zeitlich langjährig und wiederholt angestrebt werden müssen. Dennoch passt dieses Motto in das Jahr 2019 perfekt, weil jetzt und nicht erst in ein paar Jahren wesentliche Meilensteine für eine langfristige Etablierung des Jahn im Profifußball gesetzt werden müssen.

Diese Meilensteine sind intern für jeden der drei Bereiche umfassend und im Detail ausgearbeitet. Eine Vorstellung würde an dieser Stelle aber nicht nur den Rahmen sprengen, sondern ist auch im ersten Schritt nicht zielführend. Viel entscheidender als ein konkreter Maßnahmenkatalog ist immer die Haltung, also die Art und Weise, mit der man die erforderlichen Maßnahmen und Aufgaben angeht.

Mit Haltung zur Etablierung

Welche Haltung braucht es also, um den SSV Jahn langfristig im Profifußball zu etablieren? Der Jahn braucht eine Haltung, mit der er Nachteile bei harten Wettbewerbskriterien kompensieren kann. Nur durch Differenzierung wird Etablierung möglich werden, weil der Jahn dann etwas besitzt, das andere nicht haben und das nicht kopierbar ist. Auf vier Bestandteile gilt es besonders zu achten:

1. Wertebasiertes Vorgehen: Die Entwicklung des Jahn basiert primär auf der Orientierung an Werten. Ambition, Bodenständig-

keit und Glaubwürdigkeit sollen den Jahn in all seinem Tun auszeichnen. Das sind auch die Werte, die Regensburg und Ostbayern auszeichnen und so erfolgreich gemacht haben. Der SSV Jahn darf deshalb nie vergessen, wo er herkommt und muss weiter daran arbeiten, dass sich die Menschen in Ostbayern bei ihm wohl fühlen und sich mit ihm identifizieren können.

2. Leistungs- und Entwicklungsbereitschaft: Für alle Jahn Akteure gilt: Jeder Einzelne muss fortlaufend sein Bestes in die Waagschale werfen, darf nie nachlassen und nie zufrieden sein. Zufriedenheit verhindert Vorankommen und Stillstand ist Rückschritt. Deshalb muss der SSV Jahn Dinge, die gestern gut waren, heute kritisch hinterfragen, um morgen einen Schritt nach vorne zu machen.

3. Realitätssinn: Die 2. Bundesliga ist nach wie vor ein Geschenk für den Jahn und für den Standort. Deshalb darf der SSV Jahn dieses Geschenk gemeinsam mit seinen verschiedenen Anspruchsgruppen nie als gewöhnlich oder selbstverständlich betrachten. Oder anders formuliert: Jedes Spiel in der 2. Bundesliga muss für jeden Beteiligten ein Highlight bleiben, nicht nur gegen Hamburg oder Köln, sondern auch wenn es gegen die kleineren Clubs der Liga geht. Realitätssinn heißt auch langfristig zu denken und nicht den Profifußball-Aktionismus mitzumachen und nach einzelnen Ergebnissen im Negativfall alles in Frage zu stellen oder im Positivfall von einer goldenen Zukunft zu träumen.

4. Gemeinschaftssinn: Das Kollektiv ist als höchstes Gut anzusehen. Die Mannschaft ist der Star, nicht Einzelne. Das gilt auf dem Platz genauso wie neben dem Platz. Die Entwicklung des Jahn bis heute war nur als Gemeinschaftsleistung vieler Beteiligten möglich. Wenn sich der Jahn jetzt im Profifußball etablieren will, dann braucht es umso mehr eine funktionierende Gemeinschaft. Profifußball ist ein öffentliches Gut. Deshalb brauchen auch alle Anspruchsgruppen – Wirtschaft, Politik, Medien, Fans und Öffentlichkeit – das Bewusstsein, Teil dieser Gemeinschaft zu sein und die Bereitschaft ihren Beitrag zu leisten.

Gemeinsam den Standortfaktor Profifußball etablieren

Wenn den SSV Jahn diese Haltung – so wie sie gerade beschrieben wurde – trägt, dann etabliert sich der Jahn nicht nur im Profifußball, dann etabliert sich auch der weiche Standortfaktor Profifußball für Regensburg und die ganze Region Ostbayern. Welche positiven Effekten ergeben sich daraus?

1. Profifußball ist sozialer Kit: Er begeistert Menschen und bringt sie gesellschaftsschichtübergreifend zusammen.
2. Profifußball ist Freizeit und Unterhaltung: Er bereichert den Standort und seinen Freizeitwert, auch im immer stärker werdenden Kampf um die klügsten Köpfe.
3. Profifußball ist medialer Botschafter für einen Standort: Über nichts wird mehr berichtet als über Fußball. Deshalb trägt Fußball einen Standort nach außen.

Lassen Sie uns gemeinsam – und nur gemeinsam wird es gehen – daran arbeiten, dass wir diese Kraft des Profifußballs für Regensburg und die Region etablieren. Packen wir es also an und schaffen in 2019 die Grundlage, um den Jahn im Profifußball zu etablieren.

VERANSTALTUNGSRÜCKBLICK

Jahn Neujahrsempfang 2019

Knapp 600 Gäste fanden sich Mitte Januar zum Jahn Neujahrsempfang in der Continental Arena ein, um gemeinsam auf 2019 vorauszublicken. Zunächst spielte jedoch auch das zurückliegende, historische Kalenderjahr eine Rolle. Hans Rothhammer, Philipp Hausner, Achim Beierlorzer und Marco Grüttner sprachen mit Moderator Matthias Walk (TVA) über die „historischen Leistungen“ des Jahn in 2018. Dr. Christian Keller lieferte anschließend wie gewohnt den Ausblick auf 2019, das der Jahn unter das Jahres-Motto „Gemeinsam etablieren“ stellt. Der Geschäftsführer Profifußball erläuterte was dies nicht nur auf Ebene der Jahn Profis, sondern auch mit Blick auf die Nachwuchsarbeit sowie den kaufmännisch-administrativen Bereich bedeutet. Bei guten Gesprächen und mit den Klängen der Band „Soulmaid“ ließen die Gäste den stimmungsvollen Abend ausklingen.



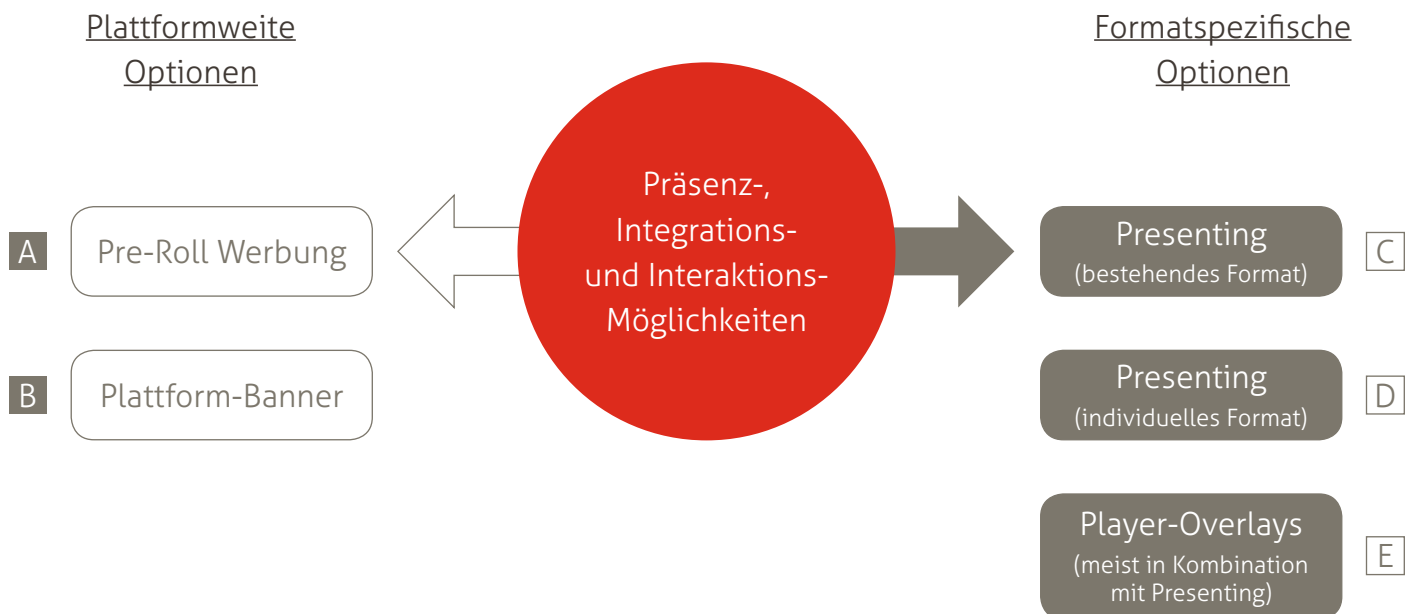


JAHN TV

Welche Werbe- und Integrations-Potenziale die neue Video-Plattform des SSV Jahn für Sponsoren bietet

Pünktlich zum Start in die Wintervorbereitung präsentierte der SSV Jahn seinen Fans ein spannendes Angebot. Der club-eigene Videokanal „Jahn TV“ findet sich nun unter **tv.ssv-jahn.de** auf einer eigenen Plattform wieder. Dank der Innovation darf Jahn TV nun zusätzlich zu den bereits bekannten Formaten auch spielrelevante Inhalte bis hin zu kompletten Partien zeigen. Die neu geschaffene Jahn TV-Welt punktet also vor allem durch Inhalte, die von den Jahnfans lang herbeigesehnt wurden. Denn auf Jahn TV geht ab sofort jedes Spiel des SSV in die Verlängerung. Spielbilder bis hin zu kompletten Partien sowie Interviews aus der Mixed Zone können dort fortan noch am Spieltag

zurückhaltenden und **exklusiven Vermarktungsansatz** entschieden, der einerseits den Nutzer nicht mit Werbebotschaften überfrachtet und somit andererseits das werbetreibende Unternehmen klar und gut wahrnehmbar mit möglichst wenigen Fremdwerbereizen darstellt. Zudem finden sich hinter der Bezahlschranke von Jahn TV keine Werbereize (Werbe-Spots), die den Nutzer vom Konsumieren seines Wunschinhalts zeitlich abhalten. Davon ausgehend bieten wir den Sponsoren **plattformweite** und **formatspezifische Optionen** für ihre Präsenzen. Das folgende Schaubild verdeutlicht diese Differenzierung und listet die einzelnen Optionen auf.



selbst abgerufen werden. Sowohl für Stadiongänger als auch für Daheimgebliebene wird dadurch ein erheblicher Mehrwert geschaffen.

Aber nicht nur für die Fans entsteht durch Jahn TV ein **Mehrwert**, sondern auch **für die Sponsoren** des SSV Jahn. Denn die neue Video-Plattform generiert bereits in diesem frühen Entwicklungsstadium bis zu 5.000 Seitenaufrufe am Tag. Oder anders ausgedrückt: Es tummeln sich täglich bis zu 1.000 Jahnfans und Fußballinteressierte auf Jahn TV. Über verschiedene **Werbe- und Integrations-Möglichkeiten** eröffnen sich den Jahn Sponsoren nun neuartige Potenziale zur differenzierten Ansprache dieser Zielgruppen.

Im Folgenden möchten wir Ihnen die sich bietenden Möglichkeiten genauer vorstellen. Grundsätzlich haben wir uns für einen

Was unterscheidet nun die beiden Optionen? Während Ihnen die plattformweiten Optionen eine hohe inhaltsübergreifende Reichweite und Sichtbarkeit auf der gesamten Plattform ermöglichen, stehen die formatspezifischen Optionen für inhalts- und zielgruppenspezifische Präsenzen mit individuelleren Gestaltungsmöglichkeiten. In anderen Worten: Möchten Sie möglichst viele Leute erreichen, dann sind die plattformweiten Optionen für Sie besonders relevant. Möchten Sie sich hingegen mit einem bestimmten Thema wiederkehrend verbinden, dann kommen insbesondere die formatspezifischen Optionen in Frage.

Nun zur Vorstellung der konkreten Möglichkeiten:

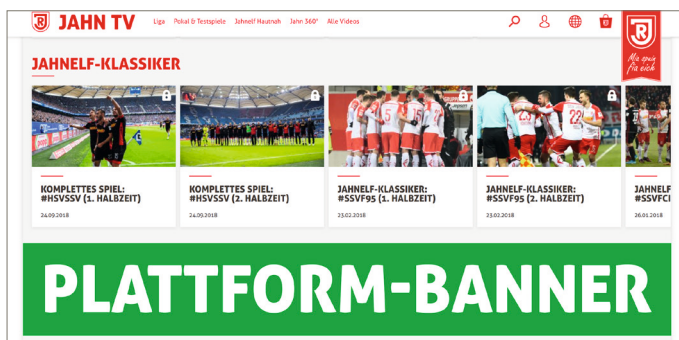
A) Pre-Roll-Werbung

Bei dieser Werbeform, die am ehesten mit einem normalen TV-Werbespot vergleichbar ist, sind Sie mit Ihrem Werbespot mindestens bei jedem vierten Free-Video vertreten. Bevor das eigentliche Video startet, wird Ihr Spot mit einer Länge von bis zu 20 Sekunden abgespielt. Die Spots sind dabei jederzeit austauschbar und die Zeiträume Ihrer Schaltung quartalsweise wählbar. Maximal vier unterschiedliche Partner können diese Leistung zeitgleich buchen.



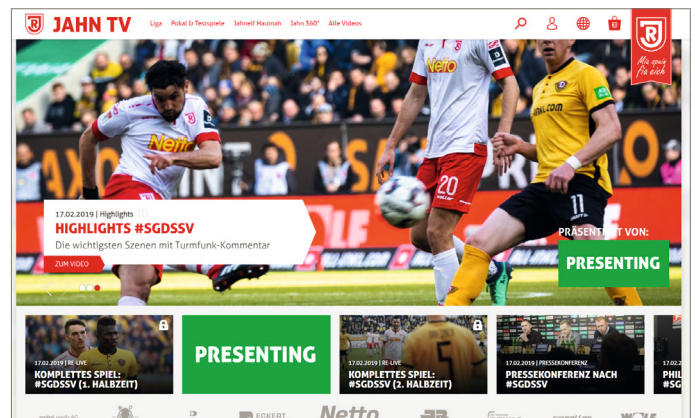
B) Plattform-Banner

Über einen Plattform-Banner sichern Sie sich eine dauerhafte Präsenz im Herzen der vielfältigen Inhalte von Jahn TV. Dieser klassische Banner wird permanent angezeigt. Die Buchung kann monatlich erfolgen und es werden maximal zwei Banner zeitgleich ausgespielt.



C) Presenting eines bestehenden Jahn TV-Formats

Durch das Presenting eines bestehenden Formats (wie z.B. der Pressekonferenzen oder der Kategorie Jahn 360°) heften Sie sich inhaltlich, gestalterisch und werblich an ein bewährtes und beliebtes Jahn TV-Thema an. Dabei sichert Ihnen eine dreischichtige Integration eine starke Aufmerksamkeit. So werden Sie mit Ihrem Logo in das Teaser-Bild integriert (inkl. Zusatz „präsentiert von“), belegen ein Werbebanner in der Playlist des Formats und finden zudem zu Beginn des Videos Erwähnung. Jedes Format wird dabei nur exklusiv von einem Partner präsentiert und die Buchung erfolgt saisonweise.



D) Presenting eines individuellen Jahn TV-Formats

Die anspruchsvollste und vielschichtigste Integrationsmöglichkeit in Jahn TV ist die Schaffung eines eigenen individuellen Formats. Ausgehend von einer gemeinsamen Format-Idee erarbeiten wir zusammen mit Ihnen die kreative Umsetzung. Dabei stehen uns – neben den unter C) genannten Präsenzformen – noch viele weitere Optionen wie die Namensgebung des Formats oder die Location zur Verfügung, um Sie zum festen, wiedererkennbaren Bestandteil von Jahn TV zu machen.

E) Player-Overlays

Eine interessante Spielart für ausgewählte Jahn- oder Sponsoren-Produkt-Präsenzen bieten die sog. Player-Overlays. Dabei werden kleine Produktabbildungen (inkl. Verlinkung) in die Videos integriert, so dass die Nutzer jederzeit durch einen entsprechend Klick auf die Abbildung zur Ihrer Website bzw. zum Produkt weitergeleitet werden. Insbesondere in Kombination mit D) tun sich interessante Einsatzformen auf.



In Summe bieten Ihnen die fünf vorgestellten Werbe- und Integrationsmöglichkeiten ausreichend Spielraum, um Ihre Präsenzen auf Jahn TV bestmöglich gemäß Ihrer Ziele und Zielgruppen auszurichten. Bei der genauen **Ausgestaltung und Abwägung beraten wir Sie jederzeit gerne**, so dass alsbald auch die Sponsoren des SSV Jahn von unserer neuen Video Plattform profitieren.



SPONSOREN UND JAHNCLUB-MITGLIEDER GEBEN DEM SSV JAHN BESTE ZEUGNISSE

Im Januar und Februar 2019 haben die Marktforscher der agentur werkDREI und mafotools GmbH erneut umfassende Befragungen zur Zufriedenheit der Sponsoren sowie der Mitglieder im JahnClub durchgeführt. Eine erneut große Teilnahmerebereitschaft lieferte auch dieses Jahr aussagekräftige Ergebnisse, die im Folgenden auszugsweise dargestellt werden.

Neben dem sportlichen Erfolg der Jahn Profis, der Arbeit im Nachwuchsleistungszentrum Jahnschmiede und den gesellschaftlichen, kulturellen und sozialen Aktivitäten des SSV Regensburg sind insbesondere die verschiedenen Sponsoring- und JahnClub-Leistungen für die positive Entwicklung des SSV Regensburg ausschlaggebend. Den Sponsoring-Verantwortlichen des SSV Jahn gelingt dabei erneut eine Steigerung ihrer Leistungen.

Zur Evaluierung der Leistungen und ggf. als Grundlage für Verbesserungsmaßnahmen und/oder andere Schwerpunktsetzung wurden dabei zwei Studien durchgeführt.

Studie 1: Befragung der Sponsoren

Forschungsdesign

Zielgruppen	Hauptsponsor, Premium Partner, Klassik Partner, Partner
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Auswahlverfahren	Entscheider und Ansprechpartner bei den Sponsorunternehmen
Durchführungszeitraum	14. Januar bis 07. Februar 2019
Stichprobe kumuliert	277 Aussendungen / 114 verwertbare Interviews (Rücklauf = 38 %)

Ergebnisse – kumuliert über alle Zielgruppen

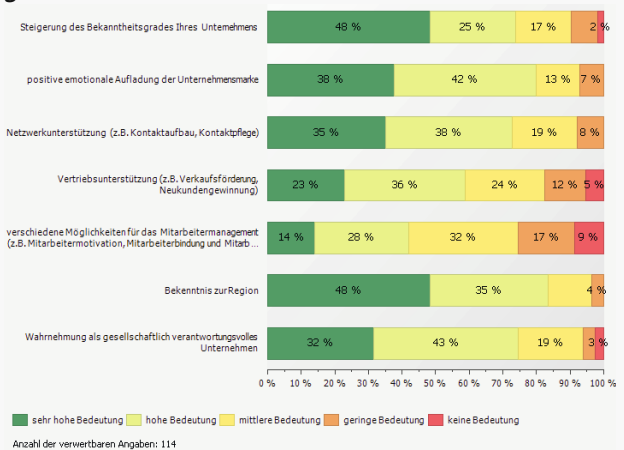
Die **Ziele**, welche durch ein Sponsoring-Engagement beim SSV Jahn erreicht werden können, haben für die Sponsoren überwiegend eine sehr hohe und hohe **Bedeutung**. Überwiegend ist die Wichtigkeit der Teilziele im Vergleich zum Vorjahr konstant. Zwei Entwicklungen sind jedoch erwähnenswert: Sowohl dem Ziel „Steigerung der Bekanntheit“ als auch dem Ziel „Positive emotionale Aufladung der Unternehmensmarke“ messen eine zunehmende Zahl an Sponsoren eine „sehr hohe Bedeutung“ zu.

gerung der Bekanntheit“ als auch dem Ziel „Positive emotionale Aufladung der Unternehmensmarke“ messen eine zunehmende Zahl an Sponsoren eine „sehr hohe Bedeutung“ zu.

Fragestellung:

Durch ein Sponsoring-Engagement beim SSV Jahn Regensburg können sieben zentrale Zielsetzungen erreicht werden. Wie wichtig/bedeutend sind diese Ziele für Ihr Unternehmen?

Ergebnis 2019



Im Hinblick auf die tatsächliche **Erreichung** der abgefragten **Ziele** bestätigen die Sponsoren des SSV Jahn eine überwiegend **mittlere bis sehr starke Wirkung**, bei der insbesondere die Zieldimension „Positive emotionale Aufladung der Unternehmensmarke“ eine immer höhere Erreichung generiert.

Die **Zusammenarbeit** der Sponsoren mit dem SSV Jahn wird hinsichtlich sämtlicher Kriterien gleichbleibend **sehr positiv** bewertet. Die Gesamtzufriedenheit hinsichtlich der Zusammenarbeit mit dem SSV Jahn wird sogar von 95% der Befragten mit der Note 1 oder Note 2 bewertet (Noten von 1 – 6), wobei 2018 der Wert mit 89% bereits sehr hoch war. Besonders hervorzuheben ist zudem, dass die Zusammenarbeit mit dem SSV Jahn im Zeitverlauf von den Sponsoren als immer vertrauensvoller empfunden wird. So bewerten 99% der Sponsoren diese Frage mittlerweile mit der Note 1 oder Note 2.

MAFOWERK

(agentur werkDREI & mafotools GmbH)

ist eine Kooperation der agentur werkDREI, Agentur für Marketing und Marktforschung und der mafotools GmbH, Institut für DV-gestützte Marktforschung. Die agentur werkDREI und die mafotools gmbh entwickeln gemeinsam Marktforschungsanwendungen für Unternehmen aller Branchen. Hauptzielgruppe sind KMUs, welche einerseits seitens der großen Institute (GfK, Infratest etc.) nur begrenzt bedient werden und andererseits über die Anwendung von do-it-yourself-Online tools hinaus eine Marktforschungs-Expertise in Anspruch nehmen möchten.

Aufgrund der individuellen Optimierung der tools für den jeweiligen Anwender können – nach Durchführung des ersten Projekts und einer entsprechender Schulung – zukünftige Befragungen auch selbständig abgewickelt werden.



Prof. Dr. Edgar Feichtner
(mafotools gmbh)



Lutz Lechner
(agentur werkDREI)

Fragestellung:

Der Erfolg einer Sponsoring-Partnerschaft beruht u.a. auf einer kooperativen Zusammenarbeit. Dazu folgen jetzt verschiedene Aussagen. Bitte sagen Sie uns, inwieweit diese Ihrer Meinung nach für die Sponsoring-Partnerschaft mit dem SSV Jahn Regensburg zutreffen.

Teilfrage: Die Zusammenarbeit ist immer vertrauensvoll.

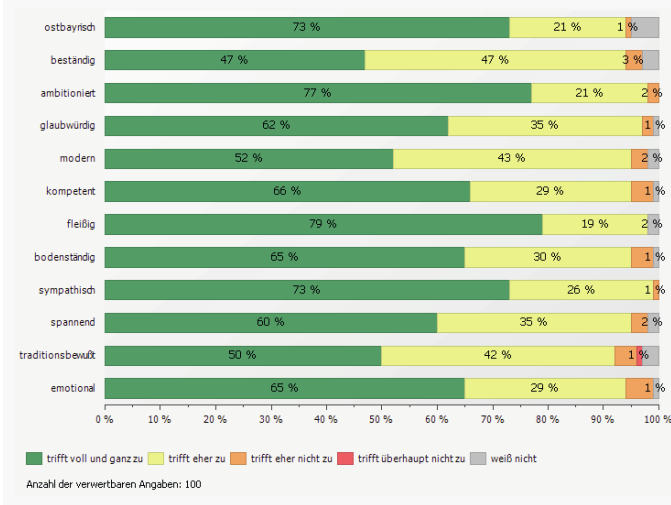
Sponsorenbefragungen 2016 / 2017 / 2018 / 2019



Die Sponsoren bewerten die SSV Jahn **Markenwerte** auch 2019 überwiegend als zutreffend – wie z.B. die Werte des Markenkerns des SSV Jahn: ambitioniert (98%), glaubwürdig (97%), bodenständig (95%).

Fragestellung:

Im Folgenden sind eine Reihe von Eigenschaften aufgezählt. Bitte sagen Sie uns, inwieweit diese Attribute Ihrer Meinung nach auf den SSV Jahn Regensburg zutreffen.

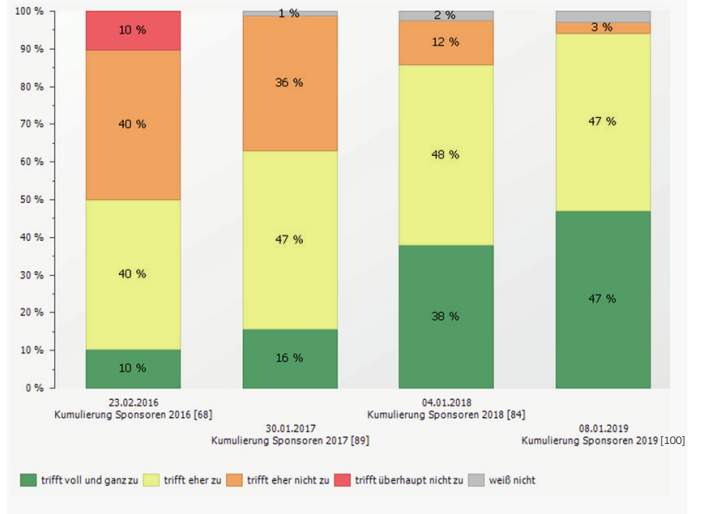


Bei nahezu allen Attributen ist eine Zunahme der besten Bewertung (trifft voll und ganz zu) zu verzeichnen. Besonders hervorzuheben ist die positive Entwicklung des Attributs beständig.

Fragestellung:

Im Folgenden sind eine Reihe von Eigenschaften aufgezählt. Bitte sagen Sie uns, inwieweit diese Attribute Ihrer Meinung nach auf den SSV Jahn Regensburg zutreffen.

Markenwerte – Attribut: beständig
Sponsorenbefragungen 2016 / 2017 / 2018 / 2019



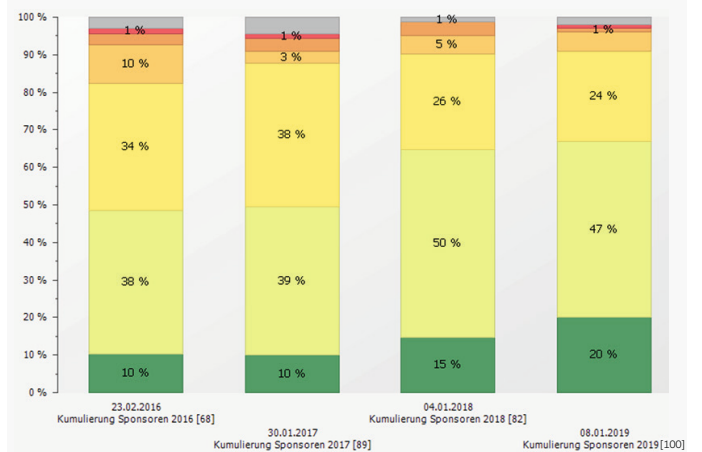
Ein zentraler Aspekt der Sponsoren-Befragung ist die **Zufriedenheit** der Sponsoren des SSV Jahn in Hinblick auf die relevanten Aspekte der Partnerschaft.

Hier wurde zunächst die **Zielerreichung** betrachtet. In dieser Kategorie lässt sich auch im Jahr 2019 der Trend fortschreiben: Immer mehr Sponsoren erreichen die Ziele, die Sie mit Ihrem Engagement beim SSV Jahn anstreben. Im Vergleich zu 2016 geben mittlerweile doppelt so viele Sponsoren die Bestnote 1.

Fragestellung:

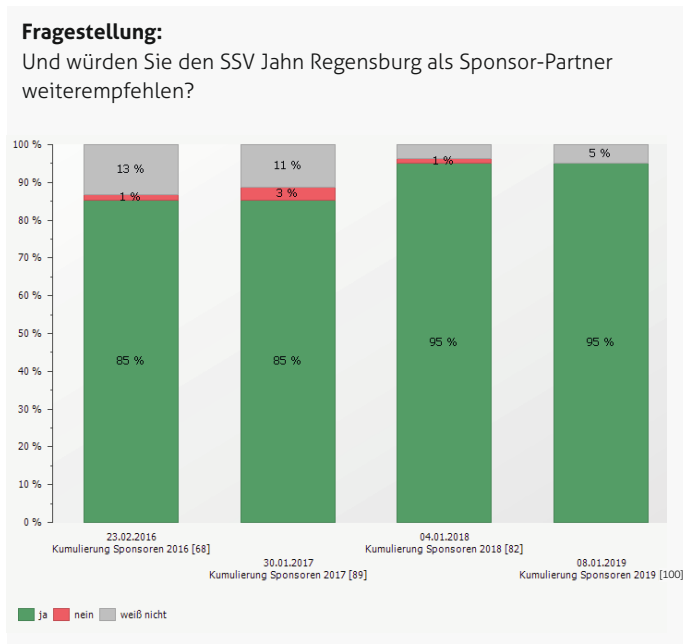
Wie zufrieden sind Sie hinsichtlich Ihres Sponsorenengagements beim SSV Jahn Regensburg in den nachfolgend genannten Bereichen?

Gesamtzufriedenheit – Attribut: Erreichen Ihrer Ziele
Sponsorenbefragungen 2016 / 2017 / 2018 / 2019



Auch die **Zusammenarbeit** mit dem SSV Jahn wird weiter sehr gut bewertet. Die Addition der Noten 1 und 2 stellt mit 95% einen neuen Bestwert dar.

Ebenfalls unverändert positiv ist das Ergebnis der Frage nach der **Weiterempfehlung** bzgl. eines Sponsoring-Engagements beim SSV Jahn zu bewerten. Analog zum Vorjahr sprechen 95% der Sponsoren eine Empfehlung für ein Sponsoring-Engagement beim SSV Jahn aus. Dennoch ist auch hier eine Verbesserung eingetreten: Es gibt 2019 keinen Sponsor mehr, der keine Weiterempfehlung aussprechen würden.

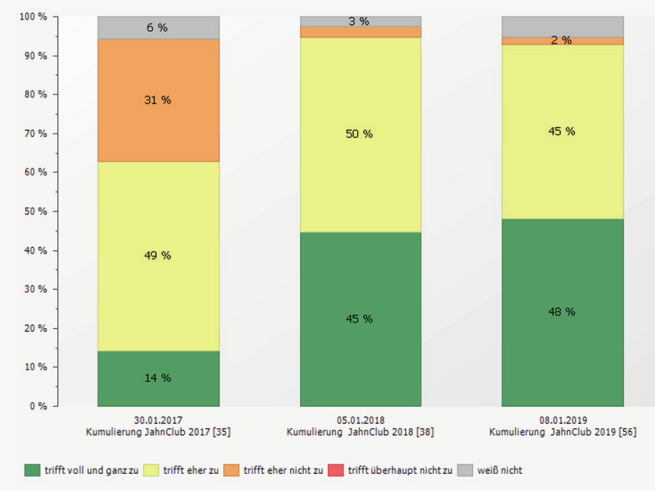


Die Mitglieder des JahnClubs empfinden – wie die Sponsoren auf den höheren Ebenen – die SSV Jahn **Markenwerte** auch 2019 überwiegend als zutreffend. Vor allem die Entwicklung des Attributs „beständig“ ist auch hier hervorzuheben:

Fragestellung:

Im Folgenden sind eine Reihe von Eigenschaften aufgezählt. Bitte sagen Sie uns, inwieweit diese Attribute Ihrer Meinung nach auf den SSV Jahn Regensburg zutreffen.

Markenwerte – Attribut: beständig
JahnClub Befragungen 2017 / 2018 / 2019



Studie 2: Befragung der Mitglieder im JahnClub
Forschungsdesign

Zielgruppen	Mitglieder JahnClub Premium und Basis
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Auswahlverfahren	Entscheider und Ansprechpartner bei den JahnClub-Mitgliedern
Durchführungszeitraum	14. Januar bis 07. Februar 2019
Stichprobe kumuliert	144 Aussendungen / 62 verwertbare Interviews (Rücklauf = 45 %)

Ergebnisse – kumuliert über alle Zielgruppen

Sämtliche **Ziele**, welche durch eine Mitgliedschaft im JahnClub erreicht werden können, haben für die Mitglieder überwiegend eine sehr hohe und hohe Bedeutung – besonders wichtig und nochmals angestiegen ist im Jahr 2019 das Ziel „**Bekenntnis zur Region**“ mit nun 91% (Vergleichswert Befragung 2018: 86%). Auf die Frage „Und wie hat sich Ihre JahnClub-Mitgliedschaft beim SSV Jahn Regensburg hinsichtlich dieser Zielsetzungen bisher auf Sie bzw. Ihr Unternehmen ausgewirkt?“ – äußern beim Aspekt „Bekenntnis zur Region“ 51% eine sehr starke bzw. starke Wirkung.

Die **Zusammenarbeit** der Mitglieder mit dem SSV Jahn wird hinsichtlich sämtlicher Kriterien sehr positiv bewertet.

Auch die Mitglieder des JahnClubs **empfehlen** mit einem sehr hohen Prozentsatz (94 %) eine Mitgliedschaft im JahnClub weiter.

Fragestellung:

Und würden Sie den JahnClub weiterempfehlen?



Fazit

Zusammenfassend ist festzustellen, dass sich das Sponsoren- und JahnClub-Management auf vorbildlichem Niveau befinden. In einem zwischenmenschlich sympathischen und nahbaren Umfeld versteht es der SSV Jahn, mit seinen unterschiedlichen Angeboten und deren Umsetzung zu überzeugen. Regelmäßige Innovationen runden das Bild ab. Diese hervorragende Ausrichtung der Administrative bestätigt sich nun schon im vierten Jahr in Folge.



SCHULTERBLICK

die printzen produzieren umweltfreundlich



QR-Code zum
Schulterblick-
Video über die
printzen GmbH

Direkt-Link:
www.ssv-jahn.de/schulterblickdieprintzen

Vor gut einem Jahr besuchten wir Martin Neudecker, den Geschäftsführer der die printzen GmbH, zuletzt am Sitz seines Unternehmens in Ursensollen. Damals zeigte er uns stolz die neue Produktionsstätte. Die die printzen GmbH hat in den vergangenen Jahren viel in die eigene Zukunft investiert, um sich in der besonders umkämpften Druckbranche nicht nur behaupten, sondern auch positiv weiterentwickeln zu können.

Ein Aspekt ist der die printzen GmbH dabei besonders wichtig: „Wir legen großen Wert auf eine umweltfreundliche Druckproduktion.“, erklärt Neudecker. „Das heißt, dass wir auch ausschließlich umweltfreundliche Verbrauchsmaterialien verwenden. Bei uns kommen beispielsweise nur Bio-Farben zum Einsatz.“ Außerdem verzichtet die die printzen GmbH bei der Erstellung von Druckplatten auf chemische Stoffe, auch sämtliche Verpackungen sind umweltfreundlich.

Martin Neudecker und seine Mitarbeiter verfolgen den ökologischen Gedanken aber auch weit über ihr eigentliches Erzeugnis hinaus. Das neue Firmengebäude in Ursensollen wurde nach den neuesten umweltfreundlichen Standards gebaut und spart durch zentrale Druckluftversorgung, zentrale Klimageräte und die Beleuchtung über LED-Lichttechnik viel Energie – wobei die die printzen GmbH zu 100 % auf Ökostrom setzt. „Wir sind ein regionales Unternehmen und tief verwurzelt in unserer Heimat. Es ist für uns daher selbstverständlich, dass wir uns zwar stetig weiterentwickeln möchten, aber niemals auf Kosten der Umwelt in unserer Region.“, erklärt Neudecker glaubhaft, als er uns erneut durch die belebte Produktionsstätte führt.

Umweltfreundliche Druckproduktion und höchste Qualitätsstandards stellen dabei jedoch keinerlei Widerspruch dar – im Gegenteil. „Die optimale Qualität spielt für uns bei jeder Produktion die allerwichtigste Rolle. Deshalb bleiben wir innovativ, um unseren Kunden immer den höchsten Standard bieten zu können.“ Aktuellstes Beispiel: Erst vor zwei Wochen nahm die die printzen GmbH eine neue Falzmaschine in Betrieb – die erste dieser Art, die in ganz Bayern aufgestellt wurde. „Dadurch konnten wir nicht nur die Qualität, sondern auch die Geschwindigkeit unserer Produktion erhöhen. Die Jahnzeit etwa falzen wir nun ungefähr in der Hälfte der Zeit, die wir zuvor dafür benötigt haben.“

Ohnehin ist die Zusammenarbeit mit dem SSV Jahn ein Beleg für die große Produktvielfalt der die printzen GmbH. Neben der Jahnzeit fertigt der offizielle Druckpartner des SSV unter anderem auch verschiedenste Plakate & Flyer, Broschüren oder Ticket-Rohlinge. Das Spektrum ist schier unerschöpflich, nicht zuletzt, weil die die printzen GmbH sowohl im Digital- als auch im Offset-Druck produziert.



die printzen
Meisterdruckerei.

Ende 2018 wurde auch ein weiterer Meilenstein in der Partnerschaft zwischen der die printzen GmbH und dem SSV Jahn erreicht. Erstmals produzierte der Klassik Partner nämlich das Jahn Jahrbuch. Martin Neudecker gehört zu den ersten, die das Jahn Jahrbuch 2018 in ihren Händen hielten. „Das war natürlich ein besonders stolzer Moment, schließlich haben wir dieses historische Jahr als Partner auch hautnah und emotional mitverfolgt.“

Emotional, heimatverbunden, umweltfreundlich und vor allem kompetent – Attribute, die die printzen GmbH zu einem exzellenten Ansprechpartner für sämtliche Printprodukte machen.

SCHULTERBLICK ECKERT SCHULEN

„Weiterbildungshunger“ wächst stetig



ble Arbeitsmodelle verändern auch das Gesicht der Weiterbildung. „Der Arbeitnehmer möchte heute selbst entscheiden, wann und wie er sich weiterbildet und wie er seinen Lernaufwand mit seinen beruflichen und privaten Verpflichtungen in Einklang bringt. Dem muss natürlich auch das Angebot Rechnung tragen.“, weiß Gottfried Steger.

Die Eckert Schulen leben deshalb schon seit Langem vor, wie das in der Praxis aussehen kann: Teilnehmer können sich nämlich bei vielen Angeboten zwischen Vollzeit-, Teilzeit- und virtuellen Lehrgängen oder auch einer Kombination dieser Modelle entscheiden. Diese Flexibilität kommt an: Im Jahr 2018 bereiteten die Eckert Schulen bundesweit allein mehr als 2.200 Industriemeister auf ihre IHK-Prüfung vor – fast jeden fünften in Deutschland. Ein weiterer Beleg für Gottfried Stegers Einschätzung: „Die Innovationszyklen werden kürzer und tradierte Geschäftsprozesse verändern sich durch die Digitalisierung sehr stark.“ Nicht umsonst planen die Eckert Schulen beispielsweise die Einführung des „digitalen Technikers“ und des „digitalen Industriemeisters“, Weiterbildungsmaßnahmen, die zu 100 Prozent online angelegt sein sollen.

„Wer heute nicht in Weiterbildung investiert, wird die Lücke zwischen steigendem Bedarf und dem sinkenden Angebot an Fachkräften nicht mehr schließen können: Smarte Unternehmen erkennen das und setzen konsequent auf die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter, insbesondere auch um bestehende Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden.“ Zu diesem Fazit kommt die aktuelle Studie „Weiterbildungstrends in Deutschland“, die das Institut Kantar TNS herausgegeben hat. 82 Prozent der Personalverantwortlichen in Deutschland gehen entsprechend von einem wachsenden Fortbildungsbedarf in der Bundesrepublik aus.

Wir besuchen Jahn Premium Partner Eckert Schulen, den perfekten Ansprechpartner um über die aktuellen Entwicklungen zu sprechen. Gottfried Steger, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Eckert Schulen, kann die Ergebnisse der Studie aus der Praxis nur bestätigen: „Die Weiterbildungsbranche befindet sich in einer hochdynamischen Phase.“ Dementsprechend verzeichnen die Eckert Schulen, eines der führenden Unternehmen für berufliche Bildung, Weiterbildung und Rehabilitation, ein beachtliches, kontinuierliches Wachstum. Knapp 9.000 Kursteilnehmer waren es schon 2018 an den über 50 Standorten der Eckert Schulen. Nach der Einschätzung von Gottfried Steger könnte die Zahl schon bald auf 10.000 pro Jahr steigen.

Als zentraler Wachstumstreiber für den Jahn Premium Partner erweist sich dabei das umfangreiche Angebot zur digitalen Weiterbildung, das die Eckert Schulen schon heute von der Konkurrenz abhebt. Experten sind sich einig: Digitalisierung und flexi-

Weitaus weniger verwunderlich erscheint dabei die Tatsache, dass auch die Bewerbung des Angebotes der Eckert Schulen mehr und mehr über digitale Verbreitungs Kanäle gestreut wird. Im Frühjahr und Sommer werden so auch Jahn Profis als Testimonials dienen – ein zentrales Element der vor Saisonbeginn geschlossenen Kooperation. „Wir wollen möglichst viele Arbeitnehmer und Arbeitgeber erreichen und auf unser Angebot aufmerksam machen. Dazu bietet der SSV Jahn als strahlkräftiger Botschafter unserer Region eine ideale Plattform. Innerhalb Ostbayerns, aber auch weit darüber hinaus.“, so Steger.



QR-Code zum Schulterblick-Video über die Eckert Schulen

Direkt-Link: www.ssv-jahn.de/schulterblickeckertschulen