

Advertorial

SSV JAHN REGENSBURG



Auch Jahnprofis kommen nach dem Spiel zum Fachsimpeln in den VIP-Bereich.

Foto: Janne

Mitten im Spielgeschehen

Der SSV Jahn Regensburg geht mit Zuversicht und einem nochmals erweiterten Hospitality-Angebot in die neue Saison der 2. Fußballbundesliga.

REGENSBURG. Noch vor Jahren undenkbar: Der SSV Jahn Regensburg spielt 2019/20 in der dritten Saison in Folge in der 2. Bundesliga. Doch nicht nur sportlich ist die Entwicklung des Jahn beeindruckend. Der Club wächst seit Jahren in seiner gesamten Struktur, was sich an vielen Kennzahlen ablesen lässt. Aus knapp 60 Sponsoring-Partnerschaften vor der Saison 2013/14 wurden inzwischen über 300 Kooperationen mit ostbayerischen Unternehmen. Eine große Rolle spielten dabei die positiven Impulse, die vom Umzug in die Continental Arena ausgingen, sowie die sportlichen Erfolge der letzten Jahre. Noch weitere Faktoren tragen dazu bei, dass der SSV Jahn heute immer beliebter wird: zum Beispiel das anhaltende Wachstum im Geschäftsfeld Jahn Business.

Treffpunkt der Region

Seit 2015 finden die Heimspiele des SSV Jahn nun schon in der Continental Arena statt. Hier präsentiert der Jahn auf zwei Ebenen mit über 1100 Plätzen ein vielfältiges Hospitality-Angebot, das Privatpersonen ebenso anspricht wie Kleinunternehmen oder Konzerne. Der Jahn-Spieltag hat sich inzwischen zum Treffpunkt für Wirtschaft, Politik, Kultur und Gesellschaft der Region Ostbayern gemauert. Für Unternehmen und Persönlichkeiten, die dauerhaft Teil dieses Netzwerks sein möchten, bieten sich insbesondere die Business-Saisonarrangements an.

Neu ist in der kommenden Saison, dass die bisher als „Ostbayer Business Club“ präsentierte Ebene 1 jetzt „Projekt 29 Business Club“ heißt, erklärt Philipp Hausner, Leiter Vermarktung Geschäftskunden und Prokurist. Als Inhaber von Business-Tickets könne man sich gepolsterte Komfortsitzeplätze im zentralen, spielfeldnahen Bereich der Haupttribüne sichern und über eine Terrasse in den Projekt 29 Business Club gelangen. In der rund 1000 Quadratmeter großen Begegnungsstätte besteht an den verschiedenen Steh- und Sitztischen freie Platzwahl. Bis zu 750 Personen treffen sich im Projekt 29 Business Club – zwei Sitz-

platzreservierungsbereiche bieten dabei besonderen Komfort.

„Ein umfangreiches Rahmenprogramm sorgt für ein gelungenes Spieltagerlebnis und lädt zum Verweilen vor oder nach dem Spiel ein“, sagt Hausner. Dabei hebt er besonders den Blick von der Terrasse des Projekt 29 Business Clubs ins Stadioninnere hervor: „So können unsere Gäste fast Teil des Spielgeschehens werden, denn die Entfernung zur Auslinie beträgt keine zehn Meter.“

Das umfangreiche Catering mit wechselnden, innovativen und regionalen Angeboten oder die beiden Barbereiche mit Ausrüstung zum Spielfeld gehören für die Besucher mit einem Projekt-29-Business-Club-Ticket zu den weiteren Vorteilen. Allein optisch hat der Business-Bereich in den vergangenen Jahren deutlich gewonnen. Heute erzählen die Wände von der jüngeren und länger zurückliegenden Geschichte des SSV – und das mit emotionalen Bildern von großen Erfolgen, aber auch von schmerzhaften Niederlagen. Als kulinarische Neuheiten seit der vergangenen Saison verweist Hausner beispielhaft auf die Angebote der Steinwald-Brennerei Schraml aus Erbdorf und der Kaffeerösterei Basilius aus Velburg, die die Gäste mit ihren exklusiven Produkten verwöhnen. Zudem zeigen die zahlreichen Bildschirme auf allen Ebenen der Continental Arena das Spiel, die Pressekonferenz nach dem Spiel sowie Liveschaltungen in andere Fußballstadien. Und auch die kleinen Jahnfans kommen im Business-Bereich auf ihre Kosten: Für sie wurde eine Kinderspielecke geschaffen, in der „Jahni“, das Jahn-Maskottchen, regelmäßig vorbeischaud. Die „großen“ Fans bekommen im Projekt 29 Business Club ebenfalls Besuch: Nach dem Abpfiff zeigen sich hier die Jahn-Profis.

Im zweiten Obergeschoss befindet sich der VIP Club, der exklusive Bereich der Haupt- und Premium-Sponsoren des SSV Jahn. Auf rund 300 Quadratmetern besticht er vor allem durch Exklusivität und Eleganz. Von der Terrasse des VIP Clubs aus wird zudem der beste Blick auf

das Stadion geboten. Realisiert wurde im VIP Club ein offenes Lounge-Konzept mit vier einzelnen Bereichen, die im „Look & Feel“ des Mieters gestaltet werden können, so Hausner. Zusätzlich gibt es insgesamt sechs dauerhaft mietbare und individuell gestaltbare Logen mit Sicht aufs Spielfeld. Eine Event-Loge, die spieltagsweise genutzt werden kann, rundet das Angebot ab.

Und dieses Angebot kommt an: Laut Hausner lag die Auslastung des Business-Bereichs in der Saison 2018/19 bei circa 90 Prozent, für die kommende Spielzeit sei eine weitere Steigerung absehbar. „Einzelne Arrangements wie Logen, Lounges und reservierte Tische sind bereits jetzt komplett vermarktet“, sagt Hausner. Auch das Namensrecht für den bisherigen Ostbayer Business Club an Projekt 29 vermarktet werden konnte, sei ein Beleg für die gewachsene und gestiegene Wertigkeit.

Lohnender Doppelpass

Immer mehr Unternehmen erkennen also einen Mehrwert darin, im Jahn-Business-Bereich vertreten zu sein. Dabei fühlen sich bei Weitem nicht mehr nur die großen ostbayerischen Player angesprochen, sondern auch viele kleine und mittlere Firmen. Mitverantwortlich dafür ist die Mikro-Sponsoring-Plattform JahnClub, die ihren Partnern gewinnbringende Kommunikations- und Netzwerkleistungen bietet. Viele Gäste im Business-Bereich kombinieren daher ihre Business-Saisonkarten bewusst mit einer Premium-Mitgliedschaft im JahnClub. Dieses Zusammenspiel aus Business-Tickets und JahnClub-Mitgliedschaft ergänzt sich nicht nur inhaltlich, sondern bietet auch einen kleinen monetären Vorteil.

Der Jahn ist bemüht, auch bewährte Angebote stetig attraktiver zu machen, wie das Beispiel JahnClub zeigt: Zur Saison 2019/20 wird die Plattform einem Re-Branding unterzogen. Schließlich möchte der Jahn nicht nur in eine vierte Spielzeit in der 2. Fußballbundesliga gehen, sondern sich auch in allen weiteren Bereichen fortentwickeln.

INTERVIEW

Gespräch mit Philipp Hausner, Leiter Vermarktung Geschäftskunden und Prokurist der SSV Jahn Regensburg GmbH & Co. KGaA

Die passende Plattform für Unternehmen der Region

Herr Hausner, wie sieht aus Sicht des Leiters Vermarktung Geschäftskunden des SSV Jahn Regensburg der typische Besucher des Jahn-Business-Bereichs aus?

Philipp Hausner: Das lässt sich so pauschal natürlich nicht sagen, da es ganz unterschiedliche Gäste gibt. Allen ist zunächst gemein, dass sie ein Mindestmaß an Affinität für den Fußball im Allgemeinen und den SSV Jahn im Speziellen haben. Die Bandbreite ist hier jedoch enorm: Vom langjährigen, topinformierten Fan bis hin zum latent Interessierten, der vor allem das gesellschaftliche Ereignis sucht, ist hier alles vertreten.

programm angeht, deutlich attraktiver. Heute ist ein Jahn-Heimspiel im Business-Bereich auch deshalb ein emotionales Erlebnis.

Unter den regelmäßigen Gästen im Business-Bereich tummeln sich bei Weitem nicht nur die „Großkopferten“, sondern auch zahlreiche sogenannte „Mikro-Sponsoren“, also kleine, regionale Unternehmen. Wie kommt das zustande?

Das stimmt. Mit unserem JahnClub bieten wir genau diesen Unternehmen eine passende Plattform. Viele von ih-

Fragen wir anders. Was macht das Besondere am Erlebnis im Business-Bereich aus?

Vielen Gästen geht es vor allem darum, eine schöne Zeit in einer ansprechend-hochwertigen Umgebung mit interessanten Menschen und Gesprächen zu verbringen und dabei die emotionale, energiegeladene Atmosphäre der Jahn-Spiele aufzusaugen zu können. Ausgehend davon bringt jeder Gast natürlich noch ganz individuelle Motive mit. So geht es vielen unserer Kunden darum, zu netzwerken. Sie möchten neue Kontakte nutzen oder bestehende pflegen und vertiefen.

Es gibt sicher auch weitere Motive, oder?

Ja, wir erleben etwa eine immer stärkere Fokussierung der Business-Arrangements auf das Personalmanagement: So nutzen beispielsweise viele Unternehmen ihre Business-Tickets rein intern und binden darüber ihre Mitarbeiter. Es gibt jedoch auch Privatpersonen oder Unternehmer, die es schlichtweg genießen, Fußballspiele im angenehmen Umfeld unseres Business-Bereichs zu verfolgen.

Knapp 1100 Plätze bietet der Business-Bereich der Continental Arena. Bei der Eröffnung 2015 hatten ihn nicht wenige für überdimensioniert gehalten. Heute ist die Auslastung durchgängig hoch, häufig ist der Business-Bereich ausverkauft. Was hat der Jahn für diese Entwicklung getan?

Natürlich liegt es auf der Hand, dass der sportliche Erfolg der vergangenen Jahre die stärkste Triebfeder für das stark steigende Interesse am Jahn insgesamt war. Ich bin aber gleichermaßen überzeugt davon, dass verschiedene Schritte stark dazu beigetragen haben, dass die positive Entwicklung auf dem Rasen als Katalysator für das Wachstum in anderen Bereichen genutzt werden konnte. Der Business-Bereich etwa ist heute allein schon mit Blick auf seine Ausstattung, aber auch, was das Speisenangebot und Rahmen-



Philipp Hausner



„Vielen Gästen geht es vor allem darum, eine schöne Zeit in einer ansprechend-hochwertigen Umgebung (...) zu verbringen und dabei die emotionale, energiegeladene Atmosphäre der Jahnspiele aufzusaugen zu können.“

nen haben kein großes Marketingbudget. Dieses können sie im JahnClub gezielt einsetzen. Ein wesentlicher Bestandteil sind nämlich Business-Tickets. Heute ist der JahnClub eine in sich gewachsene Gruppe innerhalb des Jahn, die aber auch ein essenzieller Teil des großen Ganzen ist. Im Business-Bereich wird das besonders greifbar, denn viele JahnClub-Mitglieder haben dort schon interessante geschäftliche und private Kontakte geknüpft, die sie bei den Heimspielen pflegen.

Interview: Gerd Otto
Foto: Janne

KONTAKT

SSV Jahn Regensburg GmbH & Co. KGaA
Franz-Josef-Strauß-Allee 22
93053 Regensburg
Telefon: +49 (0) 941 / 69 83-0
sponsoring@ssv-jahn.de
www.ssv-jahn.de
www.ssv-jahn.de/hospitality
www.jahnclub-regensburg.de

