



Die Digitaloffensive des VfB Stuttgart mit Salesforce

Fußballvereine leben vor allem von ihren Fans, Partnern und Sponsoren. Verantwortlich dafür zeichnet sich das Marketing, welches auch beim VfB Stuttgart eine treibende Rolle bei der Nutzung neuer Vermarktungsformate und der Einführung neuer Technologien innehat. Was sonst Mannschaftssache ist, haben sich diesmal das Marketingteam und die IT-Abteilung auf die Vereinsfahne geschrieben: bei der Digitalisierung in die Offensive zu gehen. Dabei galt es, den Verein zu Prozess- und Anwendungsüberlegungen zu beraten und diese auf technologischer Basis der Salesforce Sales Cloud umzusetzen. Im Vordergrund stand dabei die systemische Abbildung der Fan- und Kundendaten.

Über den VfB Stuttgart

Der VfB Stuttgart, offiziell Verein für Bewegungsspiele Stuttgart 1893 e.V., ist ein Sportverein aus dem Stuttgarter Stadtbezirk Bad Cannstatt. Er ist aktuell mit über 72.000 Mitgliedern der zehntgrößte Sportverein Deutschlands und der größte in Baden-Württemberg. Die Marketing-Abteilung, die wie die Lizenzmannschaft in der ausgegliederten VfB Stuttgart 1893 AG verortet ist, arbeitet eng mit der IT-Abteilung zusammen.

Ausgangssituation

Der VfB Stuttgart hat Zielstellungen, welche einerseits nach außen, andererseits nach innen mit Hilfe der Digitalisierung umgesetzt werden sollten. Relevant in der Außendarstellung des Vereins war vor allem die Vereinheitlichung der Kommunikation und die zielgerichtete Ansprache von Fans, Kunden und Sponsoringpartnern. Zudem galt es, den Anschluss in Sachen Digitalisierung nicht zu verlieren und als brancheninterner Know-how-Träger fungieren zu können. Nach innen gerichtete Zielstellungen bestanden in der zentralen Zusammenführung von Daten aus verschiedenen Systemen. Daraus versprechen sich die Akteure die Senkung interner Aufwände für die Datenpflege. Weiterhin wollte man auf eine verbesserte Nutzung der bereits eingesetzten Salesforce Marketing Cloud setzen.

Lösung

Damit die vorhandene Salesforce Marketing Cloud mit allen gewünschten Funktionen zum Einsatz kommen konnte, musste eine digitale Fan- und Kundendatenbasis geschaffen werden. Dies erfolgte zunächst durch Beratung mit anschließender Implementierung der Salesforce Sales Cloud als CRM-Herzstück der Salesforce Plattform. Die Schnittstellenberatung und Anbindung des ERP-Systems Microsoft Navision rundete die zentrale Darstellung der Fan- und Sponsoring-Daten ab. Nach einer umfassenden Tech-

nologie-, Anwender- sowie Key-User-Schulung rund um die neue Salesforce Plattform spielt der VfB Stuttgart nun in der digitalen Champions League mit. Auch die abgebildeten, automatisierten Marketing Journeys rund um den E-Mail- und Newsletter-Versand wurden nach Implementierung der Sales Cloud noch einmal beratungstechnisch genau unter die Lupe genommen und daraufhin Optimierungsmöglichkeiten besprochen.

Nutzen und Ausblick

Mit der umgesetzten Lösung präsentiert sich der Fußballclub nicht nur auf Höhe der Zeit, sondern auch auf dem digitalen Gewinnertreppchen. Dank der umfangreicheren Nutzung der Salesforce Marketing Cloud unter Anpassung der Marketing Journeys profitieren die Adressaten nun von einer besser auf ihre Interessen zugeschnittenen inhaltlichen Ansprache. Auch in der Branche kann sich der VfB Stuttgart nun durch die Digitaloffensive als Macher und versierter Sparringspartner für die digitale Fan- und Kundenansprache verstanden wissen.

Die Mitarbeiter des VfB, die neben Marketing- und IT-Aufgaben auch buchstäblich mit beiden Beinen auf dem Platz stehen – zum Beispiel beim Hospitality-Ticketverkauf oder der persönlichen Beziehungspflege von Fans und Sponsoren – erfreuen sich durch die verbesserte Unterstützung an einem reduzierten Datenpflegeaufwand und einer konsolidierten Sicht auf Informationen aus ERP- und CRM-Systemen.

Für die Zukunft plant der Club die erweiterte Abbildung sowie die Automatisierung der bestehenden Prozesse in Salesforce. Damit steht einer Verlängerung nichts im Wege – denn die Vorhaben der Digitalisierung lassen sich wohl auch in absehbarer Zeit (noch) nicht in 90 Minuten lösen.



„Mit der T-Systems Multimedia Solutions ist ein professioneller Partner an unserer Seite, der es versteht, die branchenspezifischen Anforderungen umzusetzen. Mit der realisierten Lösung haben wir einen zentralen Datenstamm geschaffen, der uns ermöglicht, unsere Fans, Kunden und Partner personalisiert und individuell zu erreichen und mit ihnen interagieren zu können.“



Uwe Fischer
Bereichsleiter
Marketing-Kommunikation
VfB Stuttgart 1893 AG



Ihr Ansprechpartner

Michael Lehmann

Leiter Center of Excellence Salesforce

T-Systems Multimedia Solutions

Mobile: +49 160 2511387

E-Mail: M.Lehmann@t-systems.com

Mehr Informationen unter <https://salesforce.t-systems-mms.com>