

FRAPORT SKYLINERS



Das Unternehmen

Die **FRAPORT SKYLINERS** sind der größte Basketball Bundesliga-Club in Hessen. Gegründet 1999, wurden sie in ihrer ersten Saison im Jahr 2000 Pokalsieger, 2004 Deutscher Meister und 2016 FIBA Europe Cup Sieger.



Der Sportainment-Dienstleister besteht dabei aus zwei Institutionen: Die FRAPORT SKYLINERS GmbH, die für den Profibetrieb zuständig ist und neben dem Profiteam 20 Mitarbeitende beschäftigt sowie dem gemeinnützigen Verein FRAPORT SKYLINERS e.V., welcher weitere fünf Vollzeitangestellte zählt.



Gegründet **1999**



20+ Mitarbeiter

Neben den zahlreichen Erfolgen als Profi Basketball-Team bringen sie mit der Initiative Basketball macht Schule Heranwachsenden die Themen Bewegung, gesunde Ernährung und Integration näher. Die FRAPORT SKYLINERS verstehen sich dabei nicht nur als Basketball Bundesligist, sondern wollen als Club für die Region einen Beitrag für die Gesellschaft leisten, insbesondere für Kinder und Jugendliche. Dass der Basketball Club Chancen und Wachstum aktiv fördert, zeigt sich nicht zuletzt an dem Werdegang des Geschäftsführers der FRAPORT SKYLINERS: Bereits als Kind war Yannick Binas leidenschaftlicher FRAPORT SKYLINERS Fan. Jetzt ist er mit Herzblut der jüngste Geschäftsführer der FRAPORT SKYLINERS.

Die Herausforderung



Unser Kernproblem ist es sicherlich, die Vielfalt an Prozessen, die wir als spezielles Unternehmen haben, zusammenzuführen und möglichst effizient zu gestalten.

Yannick Binas

Geschäftsführer

Das Team der FRAPORT SKYLINERS arbeitet mit höchster Motivation daran, die vielfältigen Bedürfnisse ihrer heterogenen Kundengruppen zu befriedigen. Dafür musste eine Lösung gefunden werden, um auf jeden Kunden, Fan und Partner so individuell wie möglich eingehen zu können. Eine solche Lösung muss flexibel sein und sich auf die speziellen Bedürfnisse eines Sportklubs herunterbrechen und anpassen lassen. So hat der Club nach einem **CRM System** gesucht, das die Kontaktdaten zusammenfasst, als Single Source of Truth dient und dabei flexibel auf die besonderen Unternehmensbedürfnisse anpassbar ist. Schnell war klar, dass betrachtete CRM Systeme zwar manche Probleme lösen, aber nicht flexibel genug sind und außerdem Schnittstellenproblematiken mit anderer verwendeter Software haben.





Unser Ziel war es, viele komplexe Prozesse zusammen zu führen, und mit einem CRM hätten wir sicher Excel-Listen aufgelöst, Zettelwirtschaft reduziert, aber wir hätten uns ein neues Problem heran gezogen, nämlich eine Schnittstellenproblematik zu anderen Systemen. Zoho ist an uns herantreten und hat uns Möglichkeiten aufgezeigt, unsere Schnittstellenproblematiken zu beheben. Durch die Zusammenfassung verschiedener Apps, durch das Ersetzen bestehender mit Zoho Apps und durch die Anbindung einfach zu erstellender Schnittstellen.

—Yannick Binas

Die Herangehensweise

Um den Kundenbedürfnissen stets gerecht zu werden, müssen auch intern die Prozesse rund und effizient laufen.

Durch ihren Kontakt, Stephan Kreutzer der [Liebper UG](#), sind sie 2019 auf [Zoho](#) gestoßen. Die Liebper UG, ein deutscher Zoho Partner mit Sitz in Hanau, hat bei den FRAPORT SKYLINERS mit einer initialen Unternehmensanalyse begonnen.

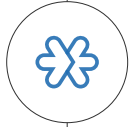


Dabei wurde festgestellt, was häufig in den Anfangsphasen der Digitalisierung in Unternehmen vorzufinden ist: Die Softwarelösungen im Unternehmen kommunizieren nicht untereinander. Dadurch wird auch prozessual eher in Silos gearbeitet. Mit dem Ziel, die Firma präzise und ganzheitlich zu erfassen, half Liebper bei der Erstimplementierung der Zoho Apps und ist auch weiterhin erster Ansprechpartner, wenn neue Apps implementiert werden.

Mittlerweile nutzen die **FRAPORT SKYLINERS** knapp **15 Zoho Apps**, darunter:



Zoho CRM zur Kundendatenaufbereitung



Zoho Meeting für remote Teammeetings sowie externe Termine und Vorträge



Zoho WorkDrive als Cloudlösung für Co-Working und remote Prozess-Strukturierung



Zoho Campaigns für zielgruppengerichtete E-Mail-Kampagnen



Zoho Analytics zur Analyse interner Unternehmensprozesse und zur datengestützten Optimierung von Kundenkontakten



Zoho Connect zum internen Informationsaustausch



Zoho Cliq als Team-Messenger



Zoho Social für ihre Social Media Kanäle



Zoho Assist zur remote-Unterstützung



Zoho Forms für Webformulare



Zoho Projects zur internen Projektorganisation



Zoho Survey für Umfragen



Zoho Sign für digitale Unterschriften



Der Support durch unseren Zoho Partner Liebper hört nicht beim einfachen Beantworten von Fragen auf. Da wird weitergedacht, was dann oftmals ein noch größerer Gewinn für uns ist.

—Yannick Binas

Nachdem die FRAPORT SKYLINERS mit Zohos CRM System begonnen hatten, um das Ziel anzugehen, die Kundendaten übersichtlich zusammenzutragen, traten Sie mit dem drängenden Thema Kampagnenmanagement an Liebper heran.

Bei [Zoho Campaigns](#) sah das Team der FRAPORT SKYLINERS bereits innerhalb der ersten Schulung mit Liebper deutliche Mehrwerte. Dabei wurde klar, dass durch die Implementierung weiterer Zoho Apps das Ziel einer effizienten, integrierten und kollaborativen Arbeitsweise entscheidend unterstützt wurde. Mit der Pandemie wurde das Unternehmen schnell dazu gezwungen, ihr Alltagsgeschäft ins Homeoffice zu verlegen und sich allen voran an neue Wege der Zusammenarbeit zu gewöhnen. Dabei kamen die Kollaborations-Apps [Zoho Meeting](#) und [Zoho Cliq](#) ins Spiel.



Und dabei haben wir festgestellt, welche grandiosen Möglichkeiten Zoho für uns hat. Man kann eigentlich alles, was wir tun, irgendwie auch mit Zoho verknüpfen.

Yannick Binas

Geschäftsführer

Darüber hinaus haben die **"vielen schnellen Early Wins"** dafür gesorgt, dass **"alle im Unternehmen direkt mitgezogen haben"**. Da war es auch hilfreich, dass Zoho eine **"sehr intuitive Bedienoberfläche hat"**, mit der die Implementierung und der Roll-Out der Apps im Team sehr leicht gefallen ist.

Am häufigsten nutzen die Mitarbeitenden der FRAPORT SKYLINERS Zoho Cliq, da der Messenger alle anderen Nachrichten-Systeme intern fast komplett abgelöst hat und die E-Mail Raten dadurch extrem gesunken sind.



Für den kurzen Austausch untereinander reicht jetzt eine Cliq Nachricht, anstelle von 25 E-Mails mit großem Cc-Verteiler.

—Yannick Binas

Für den Kontakt nach Außen sind Zoho CRM sowie Zoho Campaigns die wichtigsten Tools, um noch mehr über die Fans zu lernen und die Newsletter an die Customer Journey der jeweiligen Zielgruppen anzupassen. WorkDrive spielt eine große Rolle als etablierter Co-Working-Space, während weitere Apps sich noch in der Erkundungsphase befinden, aber **"schon für sehr viel Freude gesorgt"** haben. So beispielsweise Zoho Analytics: Die App hilft bereits jetzt dabei, neue Erkenntnisse über die verschiedensten Bereiche des Unternehmens hinweg zu erhalten – **"von Finanzen über das Ticketing bis in den Vertrieb ins Sponsoring hinein"**.



Heute stehen wir an dem Punkt, dass wir die Grundprozesse, die wir im alltäglichen Leben haben, mit Zoho abbilden können. Unser nächstes Ziel ist es, das noch mehr zu verbinden.

—Yannick Binas

Entscheidende Vorteile

Neben der intuitiven, einfachen Einarbeitung in die Apps des Zoho Universums, ist sich das Team der FRAPORT SKYLINERS auch darüber einig: Zoho CRM ist das Herzstück für das Ticketing und den Vertrieb der FRAPORT SKYLINERS. Damit können Kundengruppen segmentiert, alle Daten gesammelt und den Mitarbeitenden die nötigen Informationen in den richtigen Momenten zur Verfügung gestellt werden.



Es gehen keine Informationen mehr verloren und wir können deutlich effektiver in die Kommunikation mit Leuten treten, was an anderer Stelle deutlich Zeit spart.

Torsten Reifenberg

Head of Ticketing

So konnten sie in kurzer Zeit Schritte gehen, die **"ohne Zoho so in dem Ausmaß und Tempo nicht machbar gewesen wären"**. Das deutlichste Zeichen dafür sei die eingesparte Arbeitszeit, so Herr Reifenberg. Alleine durch die Automatisierungsprozesse über Zoho CRM und Zoho Campaigns wurde dabei merklich Zeit gespart.



Auch die Kollegen und Kolleginnen bescheinigen den Effektivitätsgewinn. In der Zusammenarbeit wird Informationsverlust vermieden und dadurch deutlich effektiver gearbeitet, was natürlich insbesondere in Zeiten von Homeoffice ein wichtiger Punkt war.

—Torsten Reifenberg

Dazu gehört auch die Erkenntnis, wann welche Kunden oder Partner welche Bedürfnisse haben und wie am besten auf sie eingegangen werden kann. Diese Erkenntnisse konnten reibungslos in die Kampagnenstrategie mit Zoho Campaigns übersetzt werden, sodass jeder Kontakt genau mit den richtigen Informationen zur richtigen Zeit angesprochen werden kann. Zusätzlich wird vermieden, dass dem Kontakt nicht mit Dingen, **"die ihn nicht interessieren, auf die Nerven gegangen wird"**, bestätigt Herr Binas. Mit der Hilfe von CRM und Campaigns konnten die FRAPORT SKYLINERS ihre unterschiedlichsten Fan-Klassen – von Hardcore Dauerkarten-Fans, Businesspartner, Einzelticket-Kunden über Familien, die einmal im Jahr kommen – segmentieren und eine zielgerichtete Ansprache finden. Als Folge dessen konnten verbesserte Newsletter-Öffnungsraten erzielt werden:



Die Öffnungsrate des allgemeinen Newsletters hat sich vervierfacht! Bei den Dauerkartenbesitzern, die ohnehin ein hohes Interesse haben, konnten wir auch eine positive Entwicklung von 60% auf 75% feststellen.

—Torsten Reifenberg

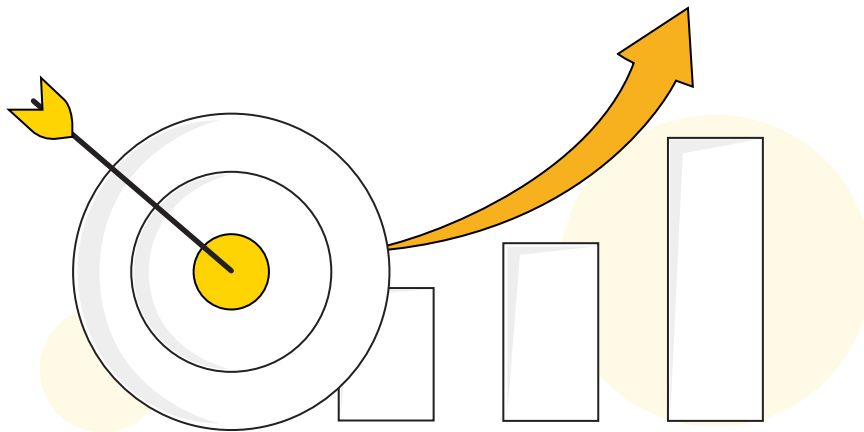
So konnten die FRAPORT SKYLINERS mit der Hilfe der Cloudlösungen von Zoho nachvollziehbare Strukturen schaffen, erste unzusammenhängende Prozesse zusammenführen, Schnittstellenproblematiken auflösen, einen Effizienzgewinn und Zeitersparnis durch Automatisierungsprozesse erzielen, eine übersichtlichere Kundendatenbank aufbauen und dementsprechend gezieltere Ansprachen entwickeln.



Da es bei Zoho viele Module gibt, würde ich mich soweit aus dem Fenster lehnen zu sagen, es wird kaum ein Unternehmen geben, das nicht irgendwelche Apps im Zoho Kosmos findet, die das Unternehmen weiter bringt.

—Torsten Reifenberg

Zukunftsaussicht



Unser größtes Ziel mit Zoho ist es, Abhängigkeiten von anderen Drittanbietern, Softwarelösungen oder Ähnlichem zu reduzieren.

Yannick Binas

Geschäftsführer

Die **FRAPORT SKYLINERS** planen weiterhin, ihre Website auf [Zoho Sites](#) umzuziehen, um auch an dieser Stelle den Erst-Kontaktpunkt mit den Fans selbst in der Hand zu haben. Außerdem soll Zoho Sites noch mehr Verständnis darüber wecken, wo mit den Fans in Kontakt getreten wird und stärker aus einer Hand zu agieren. Sites sei dabei nur ein Beispiel dafür, wie die FRAPORT SKYLINERS noch mehr an ihr Vorhaben anknüpfen können.

[Zoho Marketing Automation](#) sei eine weitere App, die die Unternehmensprozesse weiter zusammenführen und dabei unterstützen soll, den Fan noch mehr in den Vordergrund zu stellen. Beim ersten Überblicken der Suite haben sie bereits feststellen können, dass es dafür noch viele weitere Möglichkeiten in der Suite gäbe, so Binas.

So werden im Digitalisierungsprozess Schritt für Schritt weitere Apps aus Zoho One hinzugenommen, um auf dem Weg nicht durch die Vielfalt von Zoho erschlagen zu werden. Dabei werden sich die FRAPORT SKYLINERS auch weiter auf ihren Zoho Partner, Liebper, stützen, der **"diese Vielfalt für uns herunterbrechen und uns durch diesen Wald an Möglichkeiten durchführen kann"**.

Und auch in Zukunft sollen weitere wichtige Kernbereiche auf Zoho umgestellt werden, ganz nach dem Motto:



Aber trotzdem kommt an jeder Ecke, in jedem Prozess, wieder etwas Neues dazu, wo wir sagen: Da gibt's doch auch 'ne Lösung mit Zoho, die wir umsetzen können!

Yannick Binas

Geschäftsführer