



Borussia Dortmund

Customer Success Story



Borussia Dortmund (BVB) ist ein deutscher Sportverein mit der Hauptsportart Fußball. Mit mehr als 130.000 Mitgliedern handelt es sich um den drittgrößten Fußballklub Deutschlands nach Mitgliederzahl. Der BVB ist mit acht Meisterschaftstiteln, einem Sieg in der UEFA Champions League und vielen weiteren Trophäen einer der erfolgreichsten Vereine der deutschen Fußballgeschichte. Der BVB charakterisiert Spieler und Marke mit vier Worten, die ebenso einprägsam sind wie das bekannte schwarzgelbe Logo auf den Trikots: Echtheit, Ambition und Bindungskraft - in der Mitte steht das intensive Fußballerlebnis. Borussia hat über 3,5 Millionen Follower auf Twitter und 15 Millionen Likes auf Facebook und damit mehr Fans in den sozialen Netzwerken als jedes amerikanische Football-Team.

Die BVB-Webseite ist für das strategische Ziel, Fans und Freunde noch besser einzubinden, ein wichtiger Eckpfeiler. Aber der Verein hat noch mehr auf Lager: Der BVB bringt interaktive Apps für iOS und Android-Geräte heraus, die dem Nutzer eine Fülle von Inhalten liefern, wie etwa die Abfrage von Spielergebnissen, Nachrichten über das Team und zu den Spielern, Neues zu Fanartikeln und vieles mehr. Redaktionelle Inhalte werden über Schnittstellen aus dem Repository bereitgestellt. So kann der BVB seinen Mobile-Usern tagesaktuelle Inhalte präsentieren, ohne dass Online-Redakteure diese Informationen für verschiedene Plattformen aufbereiten müssen.

„Einer der Gründe, weshalb wir vom BVB die eZ Plattform sofort interessant fanden, war die Flexibilität, die uns das System bei der Wiederverwendung von Inhalten bietet“, sagt David Görge. „Dank eZ können wir unseren Content ganz einfach an verschiedene Kanäle und Plattformen anpassen. Das funktioniert sehr effizient und kommt auch den Fans zugute, die von einem reichen Informationsangebot profitieren, wo immer und wann immer sie mit ihrem BVB in Kontakt bleiben wollen.“

Die Plattform bietet uns die Grundlage für die digitale Zukunft und ermöglicht es uns ganz vorn mitzumischen.

David Görge BVB's Head of New Media/CRM



Herausforderungen

BVB suchte nach einem Content Management System (CMS), das den Entwicklern ein flexibles Fundament für neue Features und Funktionen bietet. Das Augenmerk lag auf der geräteübergreifenden Nutzererfahrung. Außerdem sollte es für Redakteure einfach sein, Landing Pages selbst zu erstellen und zu aktualisieren, ohne auf IT-Spezialisten zurückgreifen zu müssen.



Projektübersicht

Die Agentur Die Etagen hat dem BVB beim Umbau der Seite geholfen. Design und Navigation beruhen auf einem Flat-Design-Ansatz, was, in Kombination mit ansprechenden Bildern, die Erstbesucher der Seite und eingefleischte Fans gleichermaßen anspricht.



Geschäftsvorteile

- Der BVB kann jederzeit Content von internen und externen Quellen handhaben, und seinem IT-Team steht es frei, eine unbegrenzte Zahl von Anwendern einzubeziehen.
- Jeder Übersetzer hat Zugriff auf die Plattform, und die Rechteverwaltung gewährleistet, dass diese ihre Artikel ohne Beeinflussung der übrigen Webseite veröffentlichen können
- Redakteure können selbst dynamische Inhalte auf Landing Pages erstellen und verwalten.