

## CASE STUDY



VfB STUTTGART – THE WINNER TAKES IT ALL ...

## Meisterliches Information Handling

Um 17 Uhr 19 war es soweit – ganz Stuttgart loderte in Rot und Weiß an diesem denkwürdigen 19. Mai 2007. Und 250.000 Menschen ließen ihren Emotionen freien Lauf. Der VfB Stuttgart krönte eine furiose Saison und wurde zum 5. Mal Deutscher Fußball Meister. Ein historischer Erfolg. Sportlich wie wirtschaftlich. Und das Erfolgs-Rezept? Es verbirgt sich auch hinter den Kulissen. Es sind die modernen Managementinstrumente eines Traditionsvereins. Und der intelligente Einsatz der Informationstechnologie. Dieser Mix macht Spitzenleistungen erst möglich. Echt schwäbisch.

### + Erfolg mit Emotion und System

7.500 Mitglieder zählte der Verein für Ballspiele Stuttgart e.V., als Erwin Staudt am 26. Juni 2003

zum ersten hauptamtlichen Präsidenten gewählt wurde. 48 Monate später stellt sich Staudt ein weiteres Mal dem Votum der Mitglieder. Ihre Zahl hat sich verfünffacht und beträgt derzeit über 40.000. Eine Erfolgsgeschichte. Eine unter vielen. Eine besondere. Denn die Mitgliederzahl spiegelt wie kein anderer Faktor die Strahlkraft einer Organisation. Und die Aussichten könnten nicht besser sein: Wirtschaftlich wurde der Turn around erreicht und ein strikt profitabler Weg eingeschlagen. Sportlich fehlte 2007 nur ein Wimpernschlag zum Double aus Meisterschaft und Pokal.

Was läuft anders beim VfB Stuttgart? Was läuft besser? „Auch sportlicher Erfolg ist planbar, zumindest auf längere Sicht“, erläutert Erwin Staudt sein Credo. „Denn jeder Bundesligaverein im Profifußball ist ein mittelständisches Unternehmen, das professionell gemanaged werden muss.“ Natürlich ist das Produkt etwas Besonderes. Es wird jede Woche für die Zuschauer sichtbar abgeliefert. Und so gilt es, Herzblut und Wirtschaftlichkeit zu verknüpfen. Das gelingt nur, wenn der Rahmen stimmt. Und so formte Staudt den VfB Stuttgart innerhalb weniger Jahre zu einem modernen Wirtschaftsunternehmen. Mit einer Unternehmenssteuerung nach der Harvard-Methodik der Balanced Score Card, mit Benchmarking, mit Customer Relation Management und mit viel Elan. Das Stuttgarter Modell etablierte sich innerhalb kürzester Zeit und ist heute auch im internationalen Rahmen Vorbild für viele andere Profi-Vereine.

### ++ UNTERNEHMEN

VfB Stuttgart 1893 e.V.  
Dt. Fußballmeister 2007

### ++ BRANCHE

Sport, Fußball

### ++ HERAUSFORDERUNG

- + Erfolgskritische Inhalte liegen teils unstrukturiert in unterschiedlichen Datenquellen vor
- + Hohe Aufwände für Informationsbeschaffung
- + Abgestimmte Inhalte beim Dialog mit unterschiedlichen Zielgruppen



VfB-Spieler haben allen Grund zum Jubeln

Quelle: Wolfgang List, perfectfotos

## ++ LÖSUNG

- + *Implementierung des USU KnowledgeMiner ermöglicht den raschen Zugriff auf unterschiedliche Wissensquellen*
- + *Sehr kurze Projektlaufzeit*

## ++ ERGEBNISSE

- + *Auf Knopfdruck stehen relevante Inhalte aus allen Bereichen zur Verfügung*
- + *automatisierte Informationsversorgung via Mail und Inhaltsangaben zu den Dokumenten sparen kostbare Zeit*
- + *einheitlicher, konsolidierter Informationsstand erlaubt ein homogenes Meinungsbild gegenüber der Öffentlichkeit*

## ++ STATEMENT

*Erwin Staudt, VfB Stuttgart:  
„Das System Profifußball ist zu komplex für Zufälle. Unser Erfolg ist kein Betriebsunfall, sondern das Ergebnis systematischer Arbeit. Mit aktuellem Wissen stets auf Ballhöhe zu sein – das ist unser größtes Kapital. Dabei hilft uns der USU KnowledgeMiner.“*

## + Fußball meets Wissensmanagement

Vor allem der effiziente Umgang mit Informationen und Wissen wird als einer der wesentlichen Eckpfeiler des Erfolges betrachtet. Ob interne Datenquellen wie Reden, Gesprächsprotokolle oder externe Wissens-Datenbanken mit Informationen über den Transfermarkt oder Presseberichte. Immer geht es darum, einfach und schnell den Zugriff auf relevante aktuelle Daten sicher zu stellen, und damit stets auf Ballhöhe zu sein. „Gerade für eine Organisation, mit der sich die Medien tagtäglich beschäftigen, ist es entscheidend, dass deren Vertreter „aus einem Gesangbuch“ singen“, so Staudt. Die Vernetzung von Wissen und die abgestimmte Kommunikation nach außen sind deshalb keine graue Theorie, sondern Teil des Wissensmanagement-Konzeptes beim VfB Stuttgart. Und damit gehört der Verein zu den Pionieren in der Sportwelt. Die Informationstechnologie spielt dabei eine maßgebliche Rolle. „Aber IT-Entscheidungen müssen aus dem Bauch des Unternehmens wachsen“, so der ehemalige IBM-Chef Staudt. Nur so finden entsprechende Lösungen auch die notwendige Akzeptanz bei den Mitarbeitern. Und IT-Systeme müssen mit der vorhandenen Infrastruktur kompatibel sein.

## + Return on IT

Um den hohen Aufwand bei der Informationsbeschaffung zu reduzieren, entschied sich der VfB Stuttgart für ein modular aufgebautes, selbstlernendes Recherche-System, den USU KnowledgeMiner. Im Unterschied zu gängigen Lösungen überzeugte das USU-System die

Verantwortlichen vor allem durch seine Praxis-tauglichkeit. Die verschiedenen Datenbanken und Wissensquellen mussten nicht erst konsolidiert werden – der KnowledgeMiner konnte als Meta-Suchmaschine über einen Zugriff die wichtigen Dokumente aus sämtlichen heterogen verteilten digitalen Informationen herausfiltern. Im semantischen Kontext des Problems. Klasse, statt Masse.

Die Voraussetzungen für die Implementierung waren denkbar gering. „Ein leistungsfähiger Server genügte, und 2 Wochen Zeit für einen Spezialisten von USU“, erinnert sich Staudt. Der VfB Stuttgart ist ein lernendes Unternehmen. Das Wissen pulsiert. Deswegen lernt auch die Software aus den Suchanfragen der Nutzer und listet die jeweils wichtigen Dokumente in der Ergebnisliste ganz oben. Für die Marktbeobachtung nutzt das Management des Vereins auch die Early Bird Funktion des Systems. Dabei scannt die Software automatisch alle relevanten externen Informationsquellen und liefert die Ergebnisse per Email automatisch. „Das hilft uns, ohne jeden Aufwand Schwerpunkte und Trends frühzeitig zu erkennen. Zum Beispiel, wie andere Vereine derzeit mit dem Thema Sportwetten umgehen“, erläutert Staudt. Eine weitere Funktion ist vor allem für die vielfältige Öffentlichkeitsarbeit wichtig. So genannte Begriffsnetze zeigen interessante Themen in ihrem Kontext an. Durch eine Textanalyse werden diese miteinander in Beziehung gesetzt. Eine grafische, netzartige Darstellung ermöglicht einen raschen Überblick. Das Netz fungiert damit als kreativer Ideengeber für Fachvorträge, Reden, aber auch als Gradmesser bei Imagekampagnen - Wissensextrakt für die richtigen Entscheidungen!