



Best Practice

Umgesetztes Projekt: Chatbot „Erwin“

Interview mit Philipp Debo (Leiter Projekt- und Produktmanagement - FC Gelsenkirchen-Schalke 04 e.V.)

Warum wurde die Maßnahme umgesetzt?

Chatbot „Erwin“ war eine von vier Maßnahmen aus dem Schalcker Digital-Strategie Workshop 2019.

Ziel war eine authentische und effiziente Integration von bot-basierter Kommunikation (bot: von englisch „robots“ = Roboter. Computerprogramm, das sich wiederholende Aufgaben automatisch abarbeitet) in die digitale Schalke-Welt, die abteilungsübergreifend einsetzbar ist und Daten erhebt und pflegt.

Welche Ziele hat das Projekt?

- Anwendbarkeit der Technologie für interne und externe Anfragen
- Anfrager*innen zeitunabhängig einfacher und schneller zur Problemlösung führen
- Anpassung der Technologie an aktuell gewählte Anfragekanäle
- nachweisliche Entlastung menschlicher Ressourcen
- Anbindungen der Technologie an Salesforce (Salesforce ist eine cloud-basierte Lösung für das Management von Kundenbeziehungen = Customer Relationship-Management/CRM).
- Einsatz von stetig lernender und sich selbst optimierender (intelligenter) Technologie

Wie erfolgte die Umsetzung?

1. Wer war für die Umsetzung verantwortlich?

Das Team Digital und Innovation des Vereins.

2. Beauftragter Dienstleister

Welche Mehrwerte ergeben sich für den Verein?

- Effizienz: Entlastung von menschlichen Ressourcen im Kundenservice
- Kundenzufriedenheit: schnellere Problemlösung für Fans rund um die Uhr
- Qualität: lernende Technologie mit künstlicher Intelligenz einsetzen, um Wissensbasis zu trainieren
- Knowledge (Wissen): neue Insights (Einblicke) und Kundendaten für noch bessere Service- und CRM-Qualität

Welche Herausforderungen/Stolpersteine sind zu beachten?

Durch Abstimmung und Finalisierung des Gesamtkonzeptes war der Projektaufwand größer und zeitintensiver als gedacht.

Eine mögliche Ausweitung auf weitere Anwendungsfälle und Abteilungen erfordert Akzeptanz der Abteilungen, die Kommunikation über den Chatbot zu steuern anstatt über einen persönlichen Austausch am Telefon oder via E-Mail.

Wie ist die Resonanz der Zielgruppen (Vereinsmitglieder, Sponsoren etc.)?

Nutzung im August 2022: 5.128 Anfragen Die Fans nutzen ihn, um nach Fanartikeln, Ansprechpartner*innen, Tickets etc. zu fragen. Die Resonanz ist generell gut.

Fast 50 % der Anfragen kommen über schalke04.de, jeweils knapp 25 % über shop.schalke04.de und tickets.schalk04.de.

Praxistipps von Philipp Debo (so gelingt die Umsetzung):

- Einbezug aller involvierten Abteilungen von Projektbeginn an
- Direkte Frontend-Einbindung (das Frontend umfasst alles, was der Benutzer einer Software oder einer Webseite sieht, berührt und erlebt) in alle Websites und Apps
- Frühzeitiger Start der Befüllung der Wissensdatenbank

Steckbrief: FC Gelsenkirchen-Schalke 04 e.V.

Kontaktdaten:

- Homepage: <https://schalke04.de/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/S04>
- Instagram: <https://www.instagram.com/s04/>
- Google Maps:
<https://www.google.de/maps/place/Ernst-Kuzorra-Weg+1,+45891+Gelsenkirchen/@51.554825,7.0657297,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x47b8e60a0782349b:0x97342ff1fb832d0!8m2!3d51.5548217!4d7.0679184>

Gründung des Vereins: 4. Mai 1904

Mitgliederzahl: ca. 160.000 Mitglieder

Altersstruktur:

- 0-18 Jahre: 37.079 (23,17%)
- 19-30 Jahre: 37.546 (23,47%)
- 31-40 Jahre: 24.018 (15,01%)
- 41-50 Jahre: 14.996 (9,37%)
- 51-60 Jahre: 27.256 (17,04%)
- über 60 Jahre: 22.806 (14,25%)

(Stand: 31.08.2022)

[Zurück](#)