

## PRESSEINFORMATION

### **Rote Karte für den Schwarzmarkt: Cloud-fähige Zweitmarktplattform bei Borussia Mönchengladbach sorgt für faire Ticketpreise**

**Mönchengladbach/Karlsruhe, 06. Oktober 2016.** Um den zunehmenden Schwarzmarkt beim Weiterverkauf von Tickets für Spiele der ersten und zweiten Bundesliga einzudämmen, hat die Deutsche Fußball-Liga 2014 Regeln für einen offiziellen Ticket-Zweitmarkt definiert. Erstligist Borussia Mönchengladbach gehört zu den Vereinen, die in der laufenden Saison mit der zentralen Lösung der DFL an den Start gehen, um Fans faire Preise auf dem Ticketzweitmarkt garantieren zu können: Mit dem System können Fans erworbene Tickets, die sie selbst nicht nutzen, autorisiert weitervermitteln. Entwickelt hat die Plattform die Objektkultur Software GmbH.

Der größte Volkssport der Welt ist weiterhin „König Fußball“: Allein in Deutschland zieht es jedes Jahr [rund 13 Millionen Fans](#) in die Stadien. Und die Leidenschaft wächst ungebrochen. Schon heute liegt die durchschnittliche Auslastung der Bundesliga-Stadien bei mehr als 90 Prozent. Aber es gibt auch eine Kehrseite der Medaille: Rund um die begehrten Tickets blüht ein Schwarzmarkt mit Preisen bis zum Vielfachen der Kosten für Originaltickets. Das schadet den Clubs und sorgt für Frust bei den Anhängern. Wenn dann noch der Stadionzugang verwehrt wird, weil sich die teure Eintrittskarte als gefälscht erweist oder gesperrt wurde, ist das Fußballerlebnis beendet, bevor es begonnen hat.

#### **DFL definierte Fairplay-Regeln für den Ticketverkauf, Bundesligisten antworten mit offiziellem Ticketzweitmarkt**

Aus diesem Grund hat die Deutsche Fußball-Liga (DFL) in der Saison 2014/2015 den Offiziellen Ticketzweitmarkt eingeführt. Herzstück sind [neun Fairplay-Regeln](#), die clubübergreifend erarbeitet und verabschiedet wurden. Ziel ist es, dem Schwarzmarkt einen Riegel vorzuschieben und den Vertrieb nicht autorisierter Tickets zu überhöhten Preisen einzudämmen. Das Ticketzweitmarkt-System soll für eine kontrollierte Ticketweitergabe und eine stabile Preispolitik sorgen.

Aus Sicht der Clubs gibt es zwei Möglichkeiten, sich dem offiziellen Zweitmarkt anzuschließen: Entweder sie verfügen über eine eigene technische Lösung oder sie nutzen das zusammen mit der DFL entwickelte zentrale Tool. Der Club Borussia Mönchengladbach gehört zu den Profivereinen der Deutschen Fußball-Liga, die diese zentrale Lösung einführen. **„Wir wollen am Ticketzweitmarkt nicht verdienen, sondern sehen darin einen Service für unsere Fans“, sagt Borussias Geschäftsführer Stephan Schippers. „Die Fans müssen sich dann nicht auf teure und eventuell unseriöse Ticketkäufe einlassen und wissen, hier bekommen sie auf sicherem Weg Karten zu einem fairen Preis.“**

#### **Cloud-fähige Zweitmarkt-Plattform läuft auf Microsoft Dynamics CRM**

Entwickelt hat die Plattform die [Objektkultur Software GmbH](#) aus Karlsruhe, die mit der DFL zunächst einen Dreijahresvertrag abgeschlossen hat. Mit dem System haben Fans nun die Möglichkeit, erworbene Dauerkarten, die sie selbst nicht nutzen können, autorisiert weiterzuvermitteln.

Die Plattform nutzt [Microsoft Dynamics CRM](#) als Back-End, nopCommerce für den Tickettausch im Front-End sowie .NET-Entwicklungen für Shop- und CRM-Erweiterungen. Die Lösung ist auf der Basis von [Microsoft Azure](#) komplett cloudfähig. So können beispielsweise unvorhersehbare, starke Lastzeiten des Systems, die bei erhöhter Nachfrage auftreten, flexibel und sicher gemanagt werden. Vereine können das System über die Public Cloud auf Microsoft Azure nutzen, ohne dafür eigene Ressourcen für IT-Infrastruktur oder Wartung einsetzen zu müssen. Die Clubs haben aber auch die Option, das Zweitmarktsystem On-Premises im eigenen Rechenzentrum oder in hybriden Umgebungen zu nutzen.

Aus Sicht der Fans ist wichtig zu wissen, dass sie über die Plattform Tickets mit jedem, auch einem mobilen, Endgerät kaufen oder verkaufen können. Die Clubs wiederum können über integrierte Schnittstellen eigene Anwendungen und Datenbanken einbinden und so auf Kunden- und Transaktionsdaten zugreifen, um den Bedarf der Fans in Echtzeit zu messen und zielgerecht zu bedienen.

Weitere Informationen zur Ticketplattform der DFL finden Sie in den Mitteilungen von [Objektkultur](#) sowie [Borussia Mönchengladbach](#).

#### **Über die Objektkultur Software GmbH:**

Die Objektkultur Software GmbH wurde im Jahr 2000 in Karlsruhe gegründet und 2004 von der GbR zur GmbH umfirmiert. Der Schwerpunkt liegt auf der Entwicklung und Implementierung passender Softwarelösungen in den Bereichen Identity Management, CRM-Integration, Collaboration und Business-Integration. Als Microsoft Gold Certified Partner ist der Karlsruher IT-Dienstleister hierbei auf Lösungen wie z. B. SharePoint, BizTalk, Dynamics CRM, Microsoft Azure, Microsoft Identity Manager sowie auf .NET-Technologien spezialisiert. Das Unternehmen zählt renommierte Großkonzerne sowie namhafte Mittelständler zu seinem Kundenkreis.

Weitere Informationen: [www.objektkultur.de](http://www.objektkultur.de)

#### **Unternehmenskontakt:**

Objektkultur Software GmbH  
Susann Soell  
Ritterstraße 5  
76133 Karlsruhe  
Telefon: +49 (0)721 830 405 25  
E-Mail: [sso@objektkultur.de](mailto:sso@objektkultur.de)