

# cobra® Anwenderbericht

## Sarrasani GmbH

Der Entertainment-Konzern Sarrasani engagierte ausnahmsweise Mal keine Artisten und Clowns, sondern die CRM-Experten der Frankfurter Computerline. Diese installierten bei Sarrasani das cobra CRM-System für das Management von Kontakten und Kundenbeziehungen. Seitdem geht das 1901 gegründete Traditionsunternehmen auch in puncto Marketing neue Wege.

Als Chef des Entertainment-Unternehmens weiß André Sarrasani, dass hervorragende Artisten, Jongleure, Seiltänzer und Clowns und ein exzellentes Programm nur eine Seite des Erfolgs sind. Die andere Seite sind Marketing und Vertrieb. „Wir müssen in allem neue Wege gehen, um die Zuschauer zu gewinnen“, sagt er. Früher hätten die Menschen Sensationen wie wilde Tiere oder den stärksten Menschen sehen wollen. „Heute suchen sie Entertainment und die Verführung durch große Illusionen“, meint André Sarrasani weiter. Folglich hat der Zirkusdirektor das Programm des Traditionsunternehmens komplett verändert. Statt wie früher bis zu 27 Elefanten, treten heute, bis auf die Tiger Tara und Khan sowie mitunter drei Seelöwen und einer Ente, keine Tiere mehr auf – stattdessen haben bei Sarrasani Artisten, Tänzer und ein exzellenter Taschendieb den Vortritt. Auch das Marketing krepelte der Varieté-Chef um. Er holte die CRM-Experten und Adressendatenspezialisten der Frankfurter Computerline nach Dresden.

### Zentrales Informationsmanagement

Seitdem hat der Entertainment-Konzern auch im Backoffice mehr Vergnügen. Denn das Computerline-Team installierte auf einem zentralen Terminalserver das CRM-System von cobra und konsolidierte sämtliche Kunden- und Künstleradressen in der CRM-Software.

Immerhin sind dies mehrere Zehntausend. Zugleich verwandelten sie das CRM-System in ein Instrument für das zentrale Informationsmanagement des Entertainment-Unternehmens. Wann immer Adressen verändert, im Bemerkungsfeld Ergänzungen vorgenommen, Aufgabenlisten vervollständigt oder Termine angelegt werden – alle 20 Nutzer des Systems wissen jederzeit, wer was bereits getan hat oder was noch zu tun ist. Und auch der „Check“ der elektronischen Post ist kein Problem: Dank cobra und der integrierten, ausgefeilten Dokumentenverwaltung haben alle Sarrasani-Mitarbeiter einen zentralen Zugang zu den eingehenden und ausgehenden E-Mails. Überdies müssen sie dafür nicht in Dresden sein. Wo immer André Sarrasani oder seine Mitstreiter in Deutschland oder Europa auf Tour sind, können sie via WLAN oder UMTS auf die Adressen, die Kontakthistorie und die Dokumente zugreifen. Verständlich daher, dass das Notebook für den Zirkusdirektor ein ebenso unverzichtbarer Begleiter ist wie der Zauberstab. Denn André Sarrasani steht nicht nur an der Spitze des Unternehmens, sondern auch regelmäßig auf der Bühne – als „der beste Magier Deutschlands“, wie ihn ein großer TV Sender nannte.

### Ein Riesenapparat im Hintergrund

Wie wichtig das CRM-System für ein Unternehmen wie Sarrasani ist, erkennt man sofort, wenn man sich den Alltag des Entertainment-Konzerns vergegenwärtigt.



*„Computerline spricht die Sprache der Kunden, was für mich als Künstler und Unternehmer sehr wichtig ist. Außerdem schätzen wir sehr, dass das Computerline-Team zuverlässig das umsetzt, was es versprochen hat.“*

**André Sarrasani,  
Geschäftsführer**

### Im Überblick

Der 1901 in Radebeul bei Dresden gegründete Zirkus zählt heute zu den fünf größten Zirkus- und Varieté-Unternehmen in Deutschland. Markenbekanntheit: 84 Prozent. Sarrasani bietet Dinnershows, Künstlerspektakel, aber auch Zeltvermietung, Catering und Technik an. Je nach Saison beschäftigt der Entertainment-Konzern zwischen 20 und 100 Menschen.

### Eingesetzte Lösung

- cobra CRM PLUS

### Anzahl Anwender

- 20

### Nutzung

Veranstaltungsmanagement / Marketing

### Betreuer cobra Partner

ComputerLine



Die Bühne, das Event ist sozusagen nur die glanzvolle Schauseite. Dahinter bewegen die je nach Saison 20 bis 100 Mitarbeiter einen Riesenapparat, um die Künstler auf die Bühne zu bekommen, Zelte in Köln oder Berlin zu errichten und das Publikum auf die Zuschauerränge zu ziehen. So gastiert Sarrasani mit seiner Dinnershow Trocadero für fünf Monate in Dresden. Gleichzeitig bereitet das Unternehmen das nächste Event „Circussterne“ in Wiesbaden und Düsseldorf, Jubiläen und Sommerfeste vor. Oder es bedient die Nachfrage von Firmenkunden nach dem, was André Sarrasani „Eventertainment“ nennt: Zeltvermietung einschließlich Catering, Show und Veranstaltungstechnik. Immerhin können im Pyramiden- und Sternenzelt rund 1.500 Menschen unterkommen und bewirtet werden.

Entsprechend unterschiedlich sind die Zielgruppen und Kontakte des Zirkus- und Varieté-Konzerns: Familien für Zirkusbesuche, Variété-Besucher, Firmenkunden für Galas und Events, eine umfassende Künstlerdatei, Caterer-Adressen und Ansprechpartner bei Behörden für das Einholen von Genehmigungen für den Zeltaufbau und -betrieb.

### Neue Wege zum Kunden

„Ohne ein Vertriebsinstrument, auch für kurzfristige Mailings, hat man nur Nachteile.“ So beschreibt der Zirkusdirektor die Vorzüge des CRM-Systems von cobra. Sarrasani dagegen könne nun mit enormer Schnelligkeit und Genauigkeit die Adressen im Einzugsbereich von 50 Kilometern, um ein Event recherchieren und an Interessierte personalisierte Mails verschicken.

Der erhoffte Effekt bleibt nicht aus: „Die Responderaten auf unsere Mailings sind heute wesentlich höher als früher“, sagt André Sarrasani. Zum Beispiel die Dinner Show Trocadero im Zentrum von Dresden. Mehr als 100.000 Menschen haben die Mischung aus virtuoser Artistik und hochrangiger Kochkunst bereits genossen. „An diesem Erfolg dürfte unser gezieltes Marketing einen großen Anteil haben“, sagt er. Der Varietéchef hat schon den nächsten Schritt im Auge, und zwar cobra Mobile. Damit kann er sämtliche Daten auf dem zentralen Terminal auch mit einem Smartphone aufrufen und erfassen.

**cobra erfolgreich im Einsatz bei:**



**Sarrasani GmbH**  
 Straßburger Platz  
 01307 Dresden  
 Telefon +49 351 64 65 056  
 Fax +49 351 64 65 057  
 info@sarrasani.de  
 www.sarrasani.de