

Pressemitteilung vom 5.1.2024

Bandenwerbung im Fokus

Die Hochschule Kaiserslautern und die Sportmarketingagentur Sportfive stellen eine gemeinsame Studie zur Wahrnehmung von Bandenwerbung im Fritz-Walter-Stadion vor.

In Kooperation zwischen der Hochschule Kaiserslautern und der globalen Sportmarketingagentur Sportfive hat der Digital Media Marketing-Student Tim Schmitt eine spannende wissenschaftliche Studie durchgeführt. Er hat die Wahrnehmung von Bandenwerbung im Fritz-Walter-Stadion des 1. FC Kaiserslautern untersucht. Dafür nutzte er modernste Technologie in Form der Eye-Tracking Brille Tobii Pro Glasses 3. Die Studie verspricht aufschlussreiche Einblicke in die visuelle Verarbeitung von statischer und digitaler Bandenwerbung.

Über einen Zeitraum von drei Spieltagen fokussierte sich die Forschung von Tim Schmitt darauf, zum einen die visuelle Wahrnehmung von Zuschauern zu analysieren. Zum anderen sammelte er Erinnerungen der Stadionbesucher an unterschiedliche Formen von Bandenwerbung. Die Tobii Pro Glasses 3 ermöglichten eine präzise Erfassung der Blickbewegungen, wodurch die Forschung tiefere Erkenntnisse über die Effektivität und Resonanz der Werbemaßnahmen erlangen konnte.

Die Erkenntnisse versprechen nicht nur eine aufschlussreiche Grundlage für die Vermarktung der Werbeflächen im Fritz-Walter-Stadion, sondern dienen auch der verhaltenswissenschaftlichen Forschung an der Hochschule Kaiserslautern.

Professor Dr. Daniel Stenger, Dozent im Studiengang Digital Media Marketing und wissenschaftlicher Betreuer der Studie, betont die Relevanz der Forschungsergebnisse: „Die visuelle Wahrnehmung von Bandenwerbung im Stadion ist ein Schlüsselfaktor für den Erfolg dieser Werbemaßnahmen. Unsere Studie bietet nicht nur konkrete Einblicke in das Verhalten der Stadionbesucher, sondern liefert auch wertvolle Erkenntnisse für die Weiterentwicklung von Marketingstrategien im Sportumfeld.“

Die Zusammenarbeit der Hochschule Kaiserslautern und Sportfive unterstreicht die Bedeutung der interdisziplinären Zusammenarbeit zwischen Bildungseinrichtungen und Industrieakteuren. Die Ergebnisse dieser Studie werden nicht nur die Vermarktung im Fritz-Walter-Stadion beeinflussen, sondern bereichern das Verständnis der Wirksamkeit von Bandenwerbung in der Marketingforschung.

Für weitere Informationen und Interviewanfragen wenden Sie sich bitte an:

Prof. Dr. Daniel Stenger, Tel. +49 631 3724-5254, Mail daniel.stenger@hs-kl.de

Miroan El Quitar, Senior Sales Manager SPORTFIVE, Tel. +49 631 3188-5105, Mail
miroan.elquitar@sportfive.com

Fotos

Eye-Tracking_FCK_HSKL_IMG_1372

((BU))

Sie haben die Bandenwerbung im Fritz-Walter-Stadion des 1. FC Kaiserslautern untersucht: Professor Dr. Daniel Stenger (Dozent im Studiengang Digital Media Marketing, Hochschule Kaiserslautern), Tim Schmitt (Digital Media Marketing-Student), Miroan El Quitar (Senior Sales Manager Sportfive) (v.l.n.r.) (Foto: Sportfive)

Eye-Tracking_FCK_HSKL_1

((BU))

Vier Kameras erfassen die visuellen Wahrnehmung von Bandenwerbung mit der Eye-Tracking Brille der Hochschule Kaiserslautern (Foto: HSKL)

Ihr Ansprechpartner:

Prof. Dr. Daniel Stenger +++ Hochschule Kaiserslautern, Fachbereich Betriebswirtschaft +++ E-Mail:
daniel.stenger@hs-kl.de +++ Tel. 0631/3724- 5254

V.i.S.d.P. Prof. Dr.-Ing. Hans-Joachim Schmidt, Präsident der HS Kaiserslautern ++ Tel: 0631/3724-2100 ++ Mail: praesident@hs-kl.de
Red.: Pressestelle HS Kaiserslautern +++ Mail: presse@hs-kl.de
Tel. Pressestelle KL: 0631/3724-2525 +++ Tel. Pressestelle PS: 0631/3724-7081 +++ Tel. Pressestelle ZW: 0631/3724-5136