



IFM Medienanalysen GmbH
Ohiostraße 8
D - 76149 Karlsruhe

Karlsruhe, den 6. Februar 2008

PRESSEINFORMATION

Erstmals TV-Videobanden in der Fußball-Bundesliga –
nur 13 Prozent haben das bemerkt

IFM Medienanalysen untersucht Wahrnehmung und Bewertung der neuen Werbeform unter Fußballinteressierten

Karlsruhe (06.02.08) - Der erstmalige Einsatz so genannter TV-Videobanden in der Fußball-Bundesliga hat keine signifikanten Effekte bei den Fans ausgelöst. So lautet eines der Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage unter Fußballinteressierten von IFM Medienanalysen, Karlsruhe.

Demnach konnten sich drei von vier Personen spontan nicht an den Einsatz der Videobanden erinnern. Selbst auf den konkreten Hinweis, dass bei den Bundesligaspielen Hamburger SV gegen Hannover 96 und Hertha BSC gegen Eintracht Frankfurt die neuen LED-Banden am Spielfeldrand standen, mussten 57 Prozent passen. Lediglich 33 Prozent fielen die digitalen Abspielflächen positiv auf. „Aufgrund der Tatsache, dass diese Werbemittel in der Bundesliga erstmalig und lediglich bei zwei Spielen eingesetzt wurden, ist diese geringe Wahrnehmung aber keine Überraschung“, so IFM Geschäftsführer Jörg Ullmann.

LED-Werbebanden gehören im europäischen Sport u.a. in Spanien, Italien, Griechenland und England längst zum Standard.

Trotz geringer Wahrnehmungswerte zeichnet sich bei der Bewertung der neuen, elektronischen Werbebanden in Deutschland nach einer ersten Analyse ein eher positives Bild ab: 81 Prozent der befragten Fußballinteressierten glauben, dass in Zukunft diese Art von Bandenwerbung häufiger eingesetzt werden wird. 53 Prozent gehen davon aus, dass ein moderneres Bild in den Stadien entsteht und 70 Prozent sind der Meinung, dass dadurch die Sponsoren höhere Aufmerksamkeit erhalten. Dagegen bewerten 44 Prozent der Fußballinteressierten die LED-Banden als „störend“.

In einem so genannten Day-After-Recall hatten die Researcher von IFM 500 Fußballinteressierte im Alter zwischen 14 und 64 Jahren befragt.

Am kommenden Wochenende werden die LED-Banden beim Spiel Borussia Dortmund gegen FC Schalke 04 erneut getestet. „Bei diesem Revierderby ist mit einer deutlich erhöhten Medienpräsenz zu rechnen. Aus diesem Grunde könnten dort auch höhere Aufmerksamkeitswerte durch die TV-Videobanden erzielt werden“, so der Research-Experte Ullmann.

So beurteilen Fußballinteressierte die neuen TV-Videobanden in den Stadien

	TOP-3-Box
Ich finde diese Art der Bandenwerbung störend.	44%
Diese Art der Werbung lenkt mich vom eigentlichen Spielgeschehen ab.	47%
Ich glaube, dass zukünftig immer öfter diese Art von Bandenwerbung eingesetzt wird.	81%
Sponsoren erhalten durch den Einsatz von Videobanden eine höhere Aufmerksamkeit.	70%
Durch den Einsatz von Videobanden entsteht ein modernes Bild in den Stadien.	53%
Ich sehe öfter auf die Videobanden als ich dies bislang bei den herkömmlichen Bandensystemen getan habe.	45%
Mir ist egal, welche Art der Bandenwerbung bei Sportübertragungen eingesetzt wird.	47%

Frage: „Bitte bewerten Sie diese Statements an Hand einer Skala von 1 bis 7, wobei die 1 bedeutet „stimme voll und ganz zu“ und die 7 bedeutet „stimme überhaupt nicht zu.“
TOP-3-Box = Wert 1-3,

Basis: IFM-Panel Fußballinteressierte, Februar 2008

Über IFM:

IFM – als international operierender Sport-Research-Berater – ist ein führendes Unternehmen in den Bereichen der Medienanalyse und der Marktforschung rund um den Sport, mit Sitz in Karlsruhe. Weitere Standorte sind Beijing/China, Cape Town/Südafrika, Kuala Lumpur/Malaysia, London/UK, Rio de Janeiro/Brasilien und St. Louis/USA. Das Hauptziel der Unternehmensgruppe ist es, Sportkommunikation aufgrund umfassender und globaler Analysen zu optimieren und effizienter zu gestalten. Langjährige Erfahrung in der Sport-Business-Branche zeichnet den Full-Service-Dienstleister aus. Somit kann IFM auf die unterschiedlichsten Kundenwünsche individuell eingehen, maßgeschneiderte Lösungen anbieten sowie mit seinem Expertenwissen konzeptionell und beratend zur Seite stehen.

Kontakt:

Verena König

PR/Marketing-Assistentin

Fon: +49 (0) 721 / 912 60 – 107

Fax: +49 (0) 721 / 912 60 – 307

Mail: verena.koenig@ifm-sports.com

www.ifm-sports.com