

29.02.2012 - 10:34 Uhr

England ist Fußball-Europameister in den digitalen Medien / JOM-Studie zu Werbemöglichkeiten der Fußball-EM 2012

Hamburg (ots) -

Anlässlich der diesjährigen Fußball-Europameisterschaft untersucht die Agentur JOM Jäschke Operational Media im Rahmen ihrer aktuellen Studie "Fußball-EM 2012 - Werbemöglichkeiten und Spielregeln" die Möglichkeiten, die sich für Werbetreibende anlässlich der EM 2012 bieten und zeigt auf, was bei der Planung von Werbeaktivitäten zu beachten ist.

Ergänzend betrachtet wurden dabei die digitalen Auftritte der teilnehmenden Fußballverbände. Ergebnis: Europameister in den digitalen Medien ist England. Gemessen an der Einwohnerzahl beschäftigen sich in keinem anderen Land mehr Menschen auf Facebook, Twitter oder den offiziellen Verbands-Websites mit ihrer Nationalmannschaft.

Vom 08.06. - 01.07.2012 werden 16 Teams in Polen und der Ukraine um den Titel des Fußball-Europameisters 2012 kämpfen. Zu diesem Anlass werden knapp 1,5 Mio. Besucher in den Stadien der beiden Austragungsländer erwartet. Neben der Olympiade ist die EM das größte sportliche Highlight im diesem Jahr, das zugleich vielfältige Werbemöglichkeiten bietet.

Einschränkungen der Werbefreiheit sind durch die Schutzmaßnahmen der UEFA zu beachten. Es wurden bereits im Vorfeld etliche Markennamen sowie Markenlogos in ihrer Verwendung geschützt. Die Studie der Hamburger Agentur liefert eine Zusammenfassung der rechtlichen Rahmenbedingungen und beleuchtet dabei u.a. Themen wie das so genannte "Ambush-Marketing".

Trotz aller rechtlichen Einschränkungen bietet das Großereignis EM 2012 dennoch zahlreiche Werbemöglichkeiten.

Die Studie von JOM Jäschke Operational Media zeigt: Wer im EM-Zeitraum präsent sein möchte, um von der hohen Aufmerksamkeit des Events zu profitieren, kann neben den klassischen Kanälen auch auf Below-the-Line-Maßnahmen und digitale Kommunikation setzen. Hierbei ist zu beachten, dass sich die EM-Zielgruppe spürbar vom klassischen Bundesliga-Zuschauer unterscheidet und sowohl Männer wie Frauen gleichermaßen erreicht werden. Wie bereits zur Europameisterschaft 2008 erwarten die Experten von JOM auch 2012 keine Umverteilung der Webespendings beziehungsweise eine überdurchschnittliche Konzentration der Ausgaben im EM-Zeitraum.

Die Studie steht unter <http://www.jomhh.de/EM2012> zum kostenlosen Download zur Verfügung.

Kontakt:

Dominic Pritzel
JOM Jäschke Operational Media GmbH
Tel: 040-27822-0
Email: dominic.pritzel@jomhh.de
Web: <http://www.jomhh.de>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014622/100713866> abgerufen werden.