



Marke und Werbung im eSports-Umfeld messen

INNOFACT eSports-Monitor

eSports ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen und damit mittlerweile eine Vermarktungsbühne für viele Marken. Namhafte Brands haben die Entscheidung getroffen, eSports-Events, -Vereine und -Teams zu sponsern. Dabei stellt sich immer wieder die Frage: Wie lohnend ist das Engagement wirklich?

Beim eSports-Monitor befragt **INNOFACT** regelmäßig Fans und Interessierte zur Wahrnehmung der Marken im eSports. Besonders interessant ist das Tool für Markenverantwortliche in Unternehmen, die erste Schritte im eSport-Sponsoring gegangen sind.

Daher steht der **INNOFACT eSports-Monitor** jeder Marke offen: Brandmanager und eSports-Verantwortliche können den Report anfordern, alternativ eigene Fragen einbringen oder sogar einen vollständig individualisierten Fragen- und Studienteil einsteuern.



Der INNOFACT eSports-Monitor

So funktioniert die Teilnahme

Das Spannende: Sie als interessierter eSports-, Marken- und Marketingverantwortlicher haben die Möglichkeit, Ihre eigene Marke mit in die Studie einzubringen und über den Monitor mit 3-5 Fragen abfragen zu lassen. Als Ergebnis erhalten Sie für Ihre Marke eine differenzierte Zielgruppen-Betrachtung sowie einen Wettbewerbsvergleich, wie die eigene Marke im Markt beim Thema eSports wahrgenommen wird. In der Lieferung inbegriffen sind ein Tabellenband im PDF- oder Excel-Format sowie ein standardisierter Topline-Report in PowerPoint. Einigen Marken reicht das vielleicht noch nicht aus: Diese haben die Möglichkeit, auch eine vollständig individualisierte Studie zu buchen, die exklusiv und auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist. Kontaktieren Sie uns gerne dazu.

Beispiel-Ranking aus dem eSports-Monitor

Diese Fragen werden beantwortet

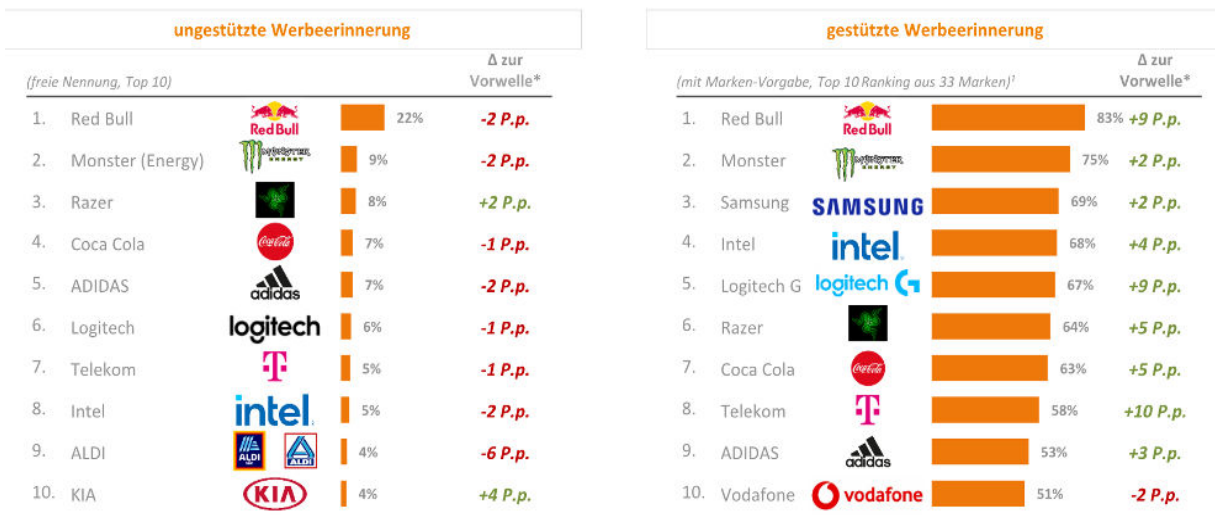
Das Kernziel der Tracking-Studie ist die Messung der Werbewahrnehmung und -erinnerung von Marken, die im Gaming-/E-Sports-Bereich werben bzw. präsent sind. Abgefragt werden bspw.

- ungestützter Recall
- gestützte Werbeerinnerung
- Markensympathie
- Kauf-/Nutzungsinteresse
- Innovativität
- Passung der Marke zum eSports

Neben dem relevanten Markenumfeld im eSports erhalten Sie so eine individuelle, ganz auf die eigene Brand abgestimmte Bewertung Ihrer eSports-Aktivitäten.

C | ÜBERSICHT: WERBEERINNERUNG IM GAMING / E-SPORTS-UMFELD INNOFACT

Die Energydrinks Red Bull und Monster werden sowohl gestützt als auch ungestützt am häufigsten wahrgenommen. Razer konnte sich sowohl gestützt als auch ungestützt im Vergleich zur Vorwelle verbessern.



*Befragungszeitraum Vorwelle: Dezember 2024
 Basis: Alle Befragten, n=1.000 | ¹Jedem Befragten wurden maximal 12 von insgesamt 33 Marken zufällig vorgelegt, d.h. ca. n=364 Urteile je Marke.
 Werte in %

Sie können dabei sein



Haben Sie Interesse, an der Studie teilzunehmen?
 Dann melden Sie sich bei Carsten Stein unter
 c.stein@innofact.com oder 0211-862029-236.

Neuer Zollhof 3
 40221 Düsseldorf
 Germany

Carsten Stein
 Telefon: +49 211 862029-236
 E-Mail: c.stein@innofact.com
 www.innofact.com

