

**PRESSEINFORMATION**

**Wie Plakat-Werbung funktioniert**

Werbe-Award „adTRACKtive“ des Studiengangs Media- und Kommunikationsberatung der FH St. Pölten ging in die 3. Runde

**Der Werbeaward „adTRACKtive“ des Studiengangs Media- und Kommunikationsberatung der Fachhochschule St. Pölten betrachtet Plakatwerbung von einer neuen Seite: Durch eine Blickverlaufsanalyse (Eyetracking) werden Plakate anhand technischer Kennzahlen bewertet. Der Preis wurde nun zum dritten Mal vergeben. Gewonnen haben das Meta & Fose Festival, die Hello bank, Vöslauer und Hartlauer.**

**St. Pölten, 05.10.2016** – Die Analyse gibt Aufschluss darüber, was bei Betrachtern und Betrachterinnen von Plakaten in den Vordergrund rückt: zum Beispiel Slogan, Marke, Produkt oder Produktinformation. Dies sind auch die vier Kategorien, in denen der Preis vergeben wird. Firmen und Werbende erhalten dadurch Informationen, ob sie mit ihren Plakaten den gewünschten Effekt erzielen.

„Es freut mich sehr, dass wir den Werbe-Award adTRACKtive heuer bereits zum dritten Mal vergeben durften. Mithilfe von Eyetracking können wir Werbung von einer neuen Seite betrachten und untersuchen, ob die relevanten Merkmale eines Sujets auch wirklich im Fokus stehen. Mittlerweile wurde auch ein eigener Fachbeirat gegründet, welcher die Ergebnisse diskutiert und die Studie inhaltlich weiterentwickelt“, so Helmut Kammerzelt, Leiter des Studiengangs Media- und Kommunikationsberatung der FH St. Pölten und Initiator des Preises.

**Technische Kennzahlen statt subjektiven Eindrucks**

„Bei adTRACKtive werden keine subjektiven Erinnerungen abgefragt, sondern technische Kennzahlen erhoben: etwa wie oft ein Element betrachtet wurde oder wie lange der Blick auf ein bestimmtes Element gerichtet bleibt. Mittels Blickverlaufsmessung wird festgestellt, ob, wie oft und wie lange die Kernelemente einer Werbung betrachtet werden“, so Simona Meinhart, Teaching Assistant in den Studiengängen Media- und Kommunikationsberatung der FH St. Pölten, die das Projekt umsetzt.

Für den aktuellen Preis wurden 60 Plakatsujets mittels stationärem Eyetracking untersucht. Analysiert wurden Sujets der umsatzstärksten Plakatkampagnen in Österreich aus dem Jahr 2015. Getestet und befragt wurden Probanden und Probandinnen aus Wien im Alter zwischen 18 und 65 Jahren. Austragungsort der Messungen war die Agentur Salescrew in Wien.

Die Analyse der umsatzstärksten Plakat-Kampagnen des Jahres 2016 startet im Sommersemester 2017.

**Unterstützung durch den adTRACKtive-Fachbeirat**

Das Projekt wird durch einen eigenen Fachbeirat, bestehend aus Expertinnen und Experten aus Forschung und Praxis, unterstützt. Dieser trifft sich regelmäßig, um die Ergebnisse zu diskutieren und die Studie inhaltlich weiterzuentwickeln.

Neben den FH-DozentInnen Harald Wimmer und Johanna Grüblbauer sind aktuell Carina Havlicek (WU Wien), Robert Sobotka (Verband der Marktforscher Österreichs), Thomas Schöffmann (Texter und Konzeptionist), Yvonne Lick (Kreitner & Partner) und Thomas Bokesz (IPG Mediabrands Austria) als Mitglieder vertreten.

**Die SiegerInnen:**

* Kategorie „Slogan“: 1. Meta & Fose Festival, 2. Mobilitätsagentur Wien, 3. Tissot
* Kategorie „Marke“: 1. Hello bank, 2. Peek & Cloppenburg, 3. Hubert von Goisern
* Kategorie „Produkt“: 1. Vöslauer, 2. Milka, 3. Rubbellos
* Kategorie „Produktinfo“: 1. Hartlauer, 2. Kika Leiner, 3. Meta & Fose Festival

**Fotos**

Ergebnisse der Blickverlaufsanalysen

Fotocredits: FH St. Pölten und die jeweiligen Firmen

**Über die Fachhochschule St. Pölten**

Die Fachhochschule St. Pölten ist Anbieterin praxisbezogener und leistungsorientierter Hochschulausbildung in den sechs Themengebieten Medien & Wirtschaft, Medien & Digitale Technologien, Informatik & Security, Bahntechnologie & Mobilität, Gesundheit und Soziales. In mittlerweile 17 Studiengängen werden rund 2.600 Studierende betreut. Neben der Lehre widmet sich die FH St. Pölten intensiv der Forschung. Die wissenschaftliche Arbeit erfolgt zu den oben genannten Themen sowie institutsübergreifend und interdisziplinär. Die Studiengänge stehen in stetigem Austausch mit den Instituten, die laufend praxisnahe und anwendungsorientierte Forschungsprojekte entwickeln und umsetzen.

**Informationen und Rückfragen:**

FH-Prof. Mag. Helmut Kammerzelt, MAS

stellvertretender Leiter des FH-Kollegiums

Leiter des Departments Medien und Wirtschaft

Studiengangsleiter Media- und Kommunikationsberatung (BA und MA)

T: +43/2742/313 228 435

M: +43/676/847 228 435

E: [helmut.kammerzelt@fhstp.ac.at](mailto:helmut.kammerzelt@fhstp.ac.at)

I: <https://www.fhstp.ac.at/de/uber-uns/mitarbeiter-innen-a-z/kammerzelt-helmut>

**Pressekontakt:**

Mag. Mark Hammer

Marketing und Unternehmenskommunikation

T: +43/2742/313 228 269

M: +43/676/847 228 269

E: [mark.hammer@fhstp.ac.at](mailto:mark.hammer@fhstp.ac.at)

I: <https://www.fhstp.ac.at/de/presse>

Pressetext und Fotos zum Download verfügbar unter <https://www.fhstp.ac.at/de/presse>.

Allgemeine Pressefotos zum Download verfügbar unter <https://www.fhstp.ac.at/de/presse/pressefotos-logos>.

Natürlich finden Sie uns auch auf Facebook und Twitter: [www.facebook.com/fhstp](http://www.facebook.com/fhstp), [https://twitter.com/FH**\_**StPoelten](https://twitter.com/FH_StPoelten).

Sollten Sie in Zukunft keine weiteren Zusendungen der Fachhochschule St. Pölten wünschen, senden Sie bitte ein Mail mit dem Betreff „Keine Presseaussendungen" an [presse@fhstp.ac.at](mailto:presse@fhstp.ac.at).