



1:0 für die Forschung

Wissenschaftliches Experimentieren einmal anders

Wenn die Rede von Experimenten ist, denkt der Laie vermutlich eher an Labyrinth und Mäuse, als an ein Champions League Finale bei Bratwurst und Bier. Die Wissenschaftler des Lehrstuhls für Marketing an der Universität Bayreuth nutzten das Endspiel am vergangenen Samstag, um zu testen, ob die Spannung bei Fußballfans im Vorfeld eines großen Sportereignisses ansteigt und ob sich dieser Spannungsanstieg auf deren Markenwahrnehmung auswirkt. Anders als bei Experimenten im Labor, testeten die wissenschaftlichen Mitarbeiter Maximilian Stieler und Pablo Neder ihre Hypothesen in einem realistischen Kontext – einem selbst organisierten Public Viewing im Hörsaal H15 der Universität Bayreuth.

Das gesamte Experiment musste innerhalb weniger Tage realisiert werden – dies war nur durch die tatkräftige Unterstützung vieler Universitätsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter aus allen Bereichen von der Raumplanung bis zur zentralen Technik möglich. So galt es beispielsweise eine geeignete Location zu finden und eine reibungslose TV-Übertragung zu ermöglichen. Dies war komplizierter als gedacht – so kam das letzte TV-Signal vor gut 15 Jahren im Hörsaal H15 an – damals noch analog.

Finanziell gefördert wurde das Projekt durch den Verein RWalumni, schließlich galt es bei dieser aufwändigen Studie, die 70 Studententeilnehmerinnen und Studententeilnehmer mit 200 Bratwürsten, 190 Litern Softdrinks und 140 Litern Bier zu versorgen.

Nach Spielende unterstützten einige der Studententeilnehmerinnen und Studententeilnehmer die Organisatoren spontan beim Aufräumen – vielleicht sind es diese kleinen Gesten, welche das gemeinsame Leben, Arbeiten und Forschen am Campus der Universität Bayreuth zu etwas Besonderem machen. Am treffendsten lässt sich dieser Finalabend wohl mit den Worten eines Teilnehmers zusammenfassen: „Wieso kann Forschung nicht immer so sein?“

3697 Zeichen
61 Zeilen
ca. 60
Anschläge/Zeile
Abdruck honorarfrei



Wenn Sie den Lehrstuhl beim 2:0 für die Forschung unterstützen möchten, sind Sie herzlich eingeladen: Wir suchen Teilnehmerinnen und Teilnehmer für Gruppendiskussion zu wichtigen Themen Ihres Alltags. Haben Sie Interesse? Schicken Sie uns einfach eine E-Mail an johanna.held@uni-bayreuth.de oder rufen Sie uns unter 0921-556134 (Mo.-Fr.) an.

Pressekontakt:

Dipl.-Kfm. Pablo Neder

E-Mail: pablo.neder@uni-bayreuth.de

Tel.: 0921 – 55 6135

Website: <http://www.marketing.uni-bayreuth.de>

Hintergrundinformationen:

Lehrstuhl BWL III – Marketing

Prof. Dr. Claas Christian Germelmann und sein Lehrstuhlteam stehen für transdisziplinäre und empirische Konsumentenverhaltensforschung in verschiedenen Kontexten, z.B. dem Stadion oder dem Public Viewing. Die wissenschaftlichen Mitarbeiter Maximilian Stieler (Dipl.-SpOec.) und Pablo Neder (Dipl.-Kfm.) forschen in den Bereichen „Gruppenemotionen im Sport“ bzw. „Storytelling in der Unternehmenskommunikation“. Johanna Held (M.Sc.) befasst sich in ihrer Forschung mit Alltagswissen der Konsumentinnen und Konsumenten.

Verein RWalumni

Der Verein RWalumni fördert den Austausch zwischen Alumni und Studierenden der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Bayreuth. Zudem unterstützt der Verein junge Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler bei der Durchführung ihrer Forschungsprojekte.



Medienmitteilung

Nr. 139 / 2013 // 31. Mai 2013

Aktuelle Presseinformationen aus der Universität Bayreuth

www.uni-bayreuth.de/presse

Aktuelles

Forschung

Lehre

International

Personalia

Info

Termine

Kontakt:

Stabsabteilung Presse, Marketing und
Kommunikation

Leiterin: Angela Danner

Universitätsstraße 30

95447 Bayreuth

Tel. 0921 / 55-5323

Fax 0921 / 55-5325

E-mail: angela.danner@uvw.uni-bayreuth.de