



Case Study: Eine Getränkemarkte mitten im Festivalgeschehen

Wie Daten zeigen, wo Markenpräsenz wirklich wirkt

b.sure

bsure-analytics.de

Case Study: Eine Getränkemarkte mitten im Festivalgeschehen



ZIELGRUPPE

Marken & Sponsoring-Agenturen



MISSION

Festivalpräsenz messbar machen –
datenbasiert und nachvollziehbar

AUSGANGSSITUATION

Sichtbarkeit vs. Wirkung

Eine etablierte Getränkemarkte war mit einer markanten Aktivierungsfläche auf einem großen Musik- und Kulturfestival vertreten. Die Platzierung befand sich in einem stark frequentierten Bereich nahe eines zentralen Zugangs zum Veranstaltungsgelände.

B.SURE LÖSUNG



Data statt Bauchgefühl

Mithilfe der b.sure Analytics Plattform wurden anonymisierte, DSGVO-konforme Bewegungs- und Aufenthaltsdaten rund um die Aktivierungsfläche erfasst. So konnte transparent nachvollzogen werden, wann Besucher:innen mit der Marke in Kontakt kamen und welche Faktoren die Wirkung beeinflussten.

Datenstark belegt.

1. **Gleichmäßige Besucher:innenströme mit klaren Peak-Zeiten:** Der Aktivierungsbereich wurde über den gesamten Veranstaltungszeitraum hinweg konstant frequentiert. Nutzungsspitzen zeigten sich insbesondere zu Programmbeginn, am Nachmittag und am frühen Abend.
2. **Hohe Kontaktqualität:** Die Aufenthaltsdauer vieler Besucher:innen lag deutlich über dem typischen Durchgangsverhalten im Eingangsbereich. Die Marke profitierte so von einer besonders intensiven Wahrnehmung im Moment des Ankommens.
3. **Markenplatzierung mit Signalwirkung:** Durch die Position an einem zentralen Zugangspunkt wurde die Marke integraler Bestandteil des Festivalerlebnisses. Ein Großteil der Besucher:innen kam mindestens einmal in direkten Sicht- oder Aufenthaltskontakt mit der Aktivierung.
4. **Daten als Entscheidungsgrundlage:** Die erhobenen Bewegungs-, Aufenthalts- und Kontextdaten ermöglichen künftig eine präzisere Planung von Festivalstandorten. Ergänzend zeigte sich, dass sich Wetterveränderungen unmittelbar in den Bewegungsdaten widerspiegelten. Ausreißer an besonders nassen oder sonnigen Tagen konnten klar belegt werden – ein Effekt, der künftig hilft, Personal, Aktivierungen und Zeitfenster noch gezielter zu planen.



Die datenbasierte Auswertung lieferte erstmals ein objektives Bild der tatsächlichen Wirkung vor Ort. Durch die Ablösung subjektiver Einschätzungen durch belastbare KPIs wurde eine fundierte Entscheidungsgrundlage für zukünftige Festival-Investitionen geschaffen.



Impact & Ausblick

Die Analyse zeigt: Die Getränkemarkte war genau dort präsent, wo sich die relevante Zielgruppe aufhielt – mitten im Puls des Festivals.

Durch die **Datenanalysen** entstand ein **fundierte Verständnis** dafür, wann die Marke am stärksten wirkt und wie Besucher:innen mit ihr interagieren.

Auf Basis dieser Erkenntnisse können zukünftige Festivalauftritte gezielt auf **Stoßzeiten, Wetterbedingungen, Flächenwirkung und Besucherdynamik abgestimmt** werden.

So wird aus Präsenz Performance – und aus Intuition Evidenz.

LEARNINGS

Fazit

Kein Bauchgefühl. Kein Hokusfokus. Mit datenbasierter Klarheit tragen wir zu erfolgreichen Festivalponsorings bei.



KONTAKT

Interesse geweckt?

Sprich uns gerne an:



Frieder Damm

[LinkedIn](#)

MAIL

frieder.damm@bsure-analytics.de

MEETING

[Jetzt Meeting im Kalender vereinbaren!](#)



Finn Jensen

[LinkedIn](#)

MAIL

finn.jensen@bsure-analytics.de

MEETING

[Jetzt Meeting im Kalender vereinbaren!](#)