

Vodafone und Fortuna Düsseldorf: Eine starke Partnerschaft für die Fans!

Vodafone und Fortuna Düsseldorf starten eine langfristige Partnerschaft zur Aktivierung der Region und Verbesserung der Stadionexperience.



Fortuna Düsseldorf hat heute eine langfristige Partnerschaft mit Vodafone bekannt gegeben, die mehr als drei Jahre andauern wird. Diese Kooperation unterstreicht die starke Verbundenheit zwischen dem Kommunikationskonzern und dem Traditionsverein. **Lintorfer** berichtet, dass die Zusammenarbeit umgehend in Kraft tritt. Ziel der Partnerschaft ist es, die Region Düsseldorf zu aktivieren und innovative Formate zu entwickeln, die die Begeisterung für Fortuna sowohl im Stadion als auch in der Stadt erlebbar machen. Marcel de Groot, CEO von Vodafone Deutschland, betont die Bedeutung dieser Verbindung, während Alexander Jobst, Vorstandsvorsitzender von Fortuna Düsseldorf, die Unterstützung von Vodafone für die Initiative „Fortuna für alle“ hervorhebt.

Die Partnerschaft umfasst verschiedene Maßnahmen, die sowohl die technische Infrastruktur als auch das Fan-Erlebnis stärken. Vodafone wird seine Mobilfunk-Infrastruktur in der Merkur-Arena mit moderner 5G-Technik ausstatten, um den Fans eine schnellere und ruckelfreie Kommunikation während der Spiele zu ermöglichen. Dies ist besonders relevant, da bei dem jüngsten Heimspiel gegen den FC Magdeburg am 20. Dezember 1.200 Gigabyte an Daten transportiert wurden, begleitet von rund 13.000 Telefonaten während des Spiels. **Finanzen.ch** ergänzt, dass am Campus-Tower das Fortuna-Logo leuchten wird, um die neue Partnerschaft sichtbar zu machen.

Technologie und Fan-Engagement

Ein fundamentales Ziel der Partnerschaft ist die Steigerung des Fan-Engagements. Dazu zählen Stadionwerbung, gemeinsame Events sowie Technologie-Projekte. Vodafone hat bereits 147 Mobilfunk-Antennen installiert, um eine nahtlose Verbindung innerhalb und außerhalb des Stadions zu gewährleisten. Die Fans können im Stadion auf 2G-, 4G- (LTE)- und 5G-Technologie zurückgreifen, was die Nutzererfahrung deutlich verbessert und die Kommunikation stärkt.

Diese Bemühungen stehen im Kontext einer aktuellen Studie von IBM, die die Vorlieben von Sportfans in einer zunehmend digitalisierten Welt untersucht hat. **IBM** hat herausgefunden, dass jüngere Fans (18-29 Jahre) eine Vorliebe für digitalisierte und personalisierte Sporterlebnisse haben. Insbesondere Echtzeit-Updates und maßgeschneiderte Inhalte stehen ganz oben auf ihrer Wunschliste. Diese Erkenntnisse zeigen, dass die Partnerschaft zwischen Fortuna Düsseldorf und Vodafone nicht nur ein lokal verankertes Engagement darstellt, sondern auch den globalen Trend hin zu innovativen Technologien und interaktiven Erlebnissen im Sport aufgreift.

Quellen

- www.lintorfer.eu
- www.finanzen.ch

Besuchen Sie uns auf: aktuelle-nachrichten.net