

Persbericht

Oranje Index stijgt van 113 naar 243

Forse toename commerciële activiteiten en publicitaire aandacht rondom Oranje en WK

Amsterdam, 20 mei 2010 – De oranjebeleving in Nederland begint langzaam op gang te komen. De afgelopen weken was een grote stijging waar te nemen in het aantal commerciële activiteiten en de publicitaire aandacht rondom Oranje en het WK. Met name als resultaat hiervan stijgt de Oranje Index van 113 naar 243. Daarmee is de oranjebeleving in Nederland nu hoger dan in een vergelijkbare periode voor aanvang van het EK 2008 (217), maar nog wel lager dan voor het WK in 2006 (338).

Dit blijkt uit het meest recente Oranje Index onderzoek (www.oranje-index.nl), een initiatief van TBWA\BEC in samenwerking met Trendbox en BNR Nieuwsradio. Het Oranje Index onderzoek meet in de komende periode de oranjebeleving rondom het WK Voetbal 2010. Het indexcijfer wordt berekend op basis van vier indicatoren die regelmatig zullen worden gemeten. Deze indicatoren zijn: de opinie en het gedrag van consumenten, de commerciële activiteiten rondom Oranje en het WK, de publicitaire aandacht voor Oranje en het WK en de opinie van een panel van vooraanstaande marketing- en voetbalexperts.

Consumenten

De tweede meting van het representatieve consumentenonderzoek van marktonderzoeksbureau Trendbox bevestigt het vermoeden dat de oranjebeleving langzaam op gang begint te komen. Enkele opmerkelijke resultaten uit het onderzoek:

- 30% van de Nederlanders verwacht zijn of haar gedrag aan te passen aan het WK Voetbal. Bijvoorbeeld door op andere tijden te eten, vaker vrienden te bezoeken, het aanpassen van werktijden of zelfs door de vakantie op het WK af te stemmen.
- 1 op de 6 Nederlanders praat meerdere keren per week over Oranje en het WK.
- De algehele interesse in het WK is t.o.v. de eerste meting met 5% toegenomen tot 58%.
- 8% van de Nederlanders verwacht dat Oranje het WK in Zuid-Afrika gaat winnen.

De Consumenten Indicator komt uit op 125. Dit is licht hoger dan in een vergelijkbare periode in de aanloop naar het WK in 2006 (115) en Euro 2008 (113).

Commercieel

De commerciële indicator stijgt aanzienlijk (van 130 naar 529) en is nu hoger dan in 2008 (431) maar blijft nog achter bij het WK in 2006 toen in deze periode al duidelijk meer acties en promoties zichtbaar waren. Wel is het aantal winkelpromoties de afgelopen weken explosief gestegen (400% stijging t.o.v. meting 1).

Publiciteit

De publicitaire indicator trekt sterk aan met een stijging van 101 naar 253. De bekendmaking van de voorlopige selectie door de bondscoach en de start van het trainingskamp heeft hierop waarschijnlijk een grote invloed gehad. De aandacht rondom Oranje is precies gelijk aan 2008 (253), maar fors lager dan in 2006 (496).

Experts

Ook de expert indicator is gestegen (van 103 naar 110), maar blijft achter t.o.v. 2006 (138). Wel hebben de experts het gevoel dat de betrokkenheid van het volk bij het WK en de oranjebeleving nu echt begint los te komen.

Achtergrond bij de Oranje Index

In de aanloop naar en tijdens het WK Voetbal 2010 zal de Oranje Index (www.oranje-index.nl) een graadmeter zijn voor de oranjebeleving in Nederland. De Oranje Index zal inzichten verschaffen over hoe Nederland het WK Voetbal beleeft. Wanneer zijn de eerste symptomen van de oranjekoorts waar te nemen? Hoe verspreidt het oranjevirus zich, en welke rol spelen media en commerciële partijen hierbij? De Oranje Index brengt in kaart hoe intens de oranjebeleving is en hoe die zich ontwikkelt.

Initiatiefnemer en partners

Initiatiefnemer van de Oranje Index is TBWA\BEC, een communicatieadviesbureau gespecialiseerd in sponsoring en merkactivering. De Oranje Index is ontwikkeld in samenwerking met strategisch marktonderzoeksbureau Trendbox. Verschillende marktpartijen leveren daarnaast input voor de berekening van de Oranje Index.

NOOT VOOR DE REDACTIE

Voor meer informatie en/of vragen kunt u contact opnemen met:

TBWA\BEC
David van Geene
020 – 571 57 50 of per mail: oranje-index@tbwa.nl

Lees meer over het onderzoek en de methode op www.oranje-index.nl en volg ons op twitter.com/oranje_index

Lees meer over het onderzoek en de methode op www.oranje-index.nl