

Persbericht

Meer dan 70% van Nederlanders is betrokken bij Oranje

Oranjekoorts bereikt voorlopig hoogtepunt

Amsterdam, 9 juni 2010 – Meer dan 70% van de Nederlanders voelt zich betrokken bij het wel en wee van Oranje. De oefenwedstrijd tegen Hongarije, de commotie rondom de blessure van Arjen Robben en het vertrek van het team naar Zuid-Afrika hebben gezorgd voor een duidelijke stijging van de oranjekoorts in ons land. De Oranje Index is de afgelopen dagen gestegen tot een voorlopig hoogtepunt van 664.

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

Enkele opmerkelijke resultaten uit het representatieve consumentenonderzoek van marktonderzoeksbureau Trendbox zijn:

- 73% van de Nederlanders voelt zich betrokken bij het wel en wee van Oranje.
- Ruim 4 op de 10 Nederlanders verwacht alle drie de poulewedstrijden te gaan kijken.
- 40% van de Nederlanders gaat zijn of haar gedrag aanpassen naar aanleiding van het WK. 19% gaat voor de tv eten, 8% hanteert andere eettijden, 11% gaat werktijden aanpassen en een even grote groep gaat in de kroeg tv kijken.

Commercieel

Het aantal commerciële Oranje en WK acties blijft stijgen en is nog nooit zo hoog geweest. Met name het aantal online- en winkelpromoties is opvallend hoog en overstijgt het aantal acties rondom het WK in 2006 en het EK in 2008.

Publiciteit

De goede oefenwedstrijden en de blessure van Arjen Robben hebben geleid tot meer publiciteit rondom Oranje in de media. Wel is dit cijfer nu lager dan in een vergelijkbare periode kort voor het EK in 2008.

Experts

De experts zijn verrast door het enorme aantal supermarkten dat rondom dit toernooi Oranje promoties heeft ontwikkeld. Ook de experts signaleren een duidelijke toename van de oranjekoorts onder de bevolking; de expert indicator stijgt dan ook van 120 naar 133.

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 oranjekeorts 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
Antonie van Schendel
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