

Persbericht

Oranjekoorts bereikt hoogste waarde ooit

Oranje Index stijgt van 665 naar recordhoogte van 1143

Amsterdam, 17 juni 2010 – De Nederlandse WK koorts heeft een absoluut hoogtepunt bereikt terwijl het toernooi pas net is begonnen. De publiciteit rondom Oranje is explosief gestegen en het aantal commerciële activiteiten rondom een groot eindtoernooi is nog nooit groter geweest dan op dit moment. Na de gewonnen wedstrijd van maandag tegen Denemarken is de Oranje Index gestegen tot een absoluut record van 1143.

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:

- Inmiddels denkt 10% van de Nederlanders dat Nederland Wereldkampioen wordt
- Nederlanders beginnen nog meer over Oranje en het WK te praten. 49% doet dit minimaal 1 keer per week en 16% praat al dagelijks over Oranje.
- De Vuvuzela irriteert steeds meer mensen. 70% van de bevolking ergert zich aan de toeters en is blij dat de NOS het stadiongeluid voor de TV al heeft aangepast.

Commercieel

Het aantal commerciële Oranje en WK acties is wederom fors gestegen en bereikt een historisch hoogtepunt t.o.v. het WK in 2006 en het EK in 2008. Met name de supermarkten zijn actiever dan ooit.

Publiciteit

Door de start van het WK en de gewonnen wedstrijd tegen Denemarken is de publiciteit rondom Oranje en het WK enorm toegenomen. De vorige meting liet nog een waarde van 980 zien, nu is het cijfer ruim verdubbeld naar 2279. Dit cijfer ligt net lager dan in 2008 (2299) en iets hoger dan in 2006 (2243).

Experts

De experts geven aan dat de betrokkenheid van de consument is toegenomen omdat het WK nu echt begonnen is na de wedstrijd van Nederland tegen Denemarken. De expert indicator stijgt dan ook van 133 naar 140.

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

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