

Persbericht

Oranjekoorts daalt licht, maar blijft hoog

1 op de 5 Nederlanders doet mee aan een WK voetbalpool

Amsterdam, 22 juni 2010. De Oranje Index blijft na de tweede poulewedstrijd tegen Japan op grote hoogte (1054), maar daalt licht ten opzichte van vorige week (1143) na de wedstrijd tegen Denemarken. Dat Oranje nu al geplaatst is voor de volgende ronde zal hier zeker een rol in spelen. De Nederlandse consument zit qua beleving inmiddels midden in het WK. Bijna 1 op de 3 Nederlanders heeft al meegedaan aan een WK promotie en/of inhaakactie.

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:

- 1 op de 5 Nederlanders doet momenteel mee aan een WK voetbalpool.
- 29% van de Nederlandse consumenten heeft al meegedaan met een WK promotie en/of inhaakactie.
- Inmiddels denkt 12% van de Nederlanders dat Nederland wereldkampioen wordt.
- Steeds minder Nederlanders hebben angst voor criminaliteit tijdens het toernooi. Een kwart van de ondervraagden maakt zich hier nog zorgen om, vergeleken met 50% voorafgaand aan het toernooi.
- Op Google is er afgelopen week 80% meer gezocht naar 'Bert van Marwijk'.
(bron: google)

Commercieel

Het commerciële indexcijfer (1947) is nagenoeg gelijk gebleven t.o.v. de vorige meting (1956) en is nog steeds heel erg hoog. De commercie draait momenteel op volle toeren.

Publiciteit

Het toernooi is al aardig op gang en er wordt veel geschreven over Oranje in relatie tot het WK maar iets minder dan vorige week. Dit is mogelijk te verklaren doordat Nederland al geplaatst is voor de volgende ronde.

Experts

De experts geven aan dat de betrokkenheid van de consument is toegenomen omdat het WK nu in een belangrijkere fase terecht is gekomen. De expert indicator stijgt van 140 naar 143 en is daarmee iets lager dan het WK in 2006 (149).

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