



De Telegraaf meldt trots dat zij de zesde plek heeft veroverd in de top-10 van merken die Nederland het meest associeert met Oranje. Drie weken voor de start van het WK in Zuid-Afrika bereikt de advertentiestrijd een climax en Bureau Consumenten Onderzoek (BCO) vroeg aan 300 Nederlanders de associatie met bekende merken.

De onbetwiste nummer één: Heineken

In onderzoek naar merkassociaties met het WK én het Nederlands Elftal past volgens de ondervraagden Heineken het meest bij beide onderwerpen en staat De Telegraaf op plek zes. Andere merken die door ondervraagden met het WK in verband gebracht zijn: Adidas, Coca Cola en Nike. Voor associatie met het Nederlands Elftal komt een ander lijstje uit de bus met merken als Nationale Nederlanden, Rabobank en ING.

Associatie met WK		Associatie met Oranje	
1	Heineken (33%)	1	Heineken (38%)
2	Adidas (22%)	2	Nationale Nederlanden (34%)
3	Coca Cola (22%)	3	Rabobank (32%)
4	Nike (21%)	4	NOS (28%)
5	Nationale Nederlanden (20%)	5	ING (26%)
6	De Telegraaf (19%)	6	De Telegraaf (25%)
7	NOS (18%)	7	Philips (23%)
8	Philips (16%)	8	Nike (22%)
9	ING (15%)	9	Adidas (21%)
10	AA Drink (13%)	10	De Nederlandse Staatsloterij (18%)

Welk merk het meest gezien

Andere vraag uit het onderzoek gaat over welke adverteerders die reclame maken rondom Oranje tot nu toe het meest zijn gezien. Maar liefst drie supermarkten vullen deze top-10: C1000, Dirk van de Broek en Albert Heijn. Opvallend is de plaats van Albert Heijn omdat zij nog niet is gestart met een eigen WK-campagne. Wederom is de lijstaanvoerder Heineken. Overige merken die een hoge attentiewaarde scoren in relatie tot het WK voetbal zijn De Telegraaf, TNT Post, de Nederlandse Staatsloterij, ING, Bavaria en Coca-Cola.

Inhaakkampioenen bij De Telegraaf

BCO organiseert - in opdracht van De Telegraaf - bij elk sportevenement, waaronder Olympische Spelen in Vancouver (2010) en EK voetbal in Oostenrijk en Zwitserland (2008) een inhaakwedstrijd voor adverteerders. Ook dit jaar onderzoekt BCO rondom het WK voetbal in Zuid-Afrika het effect van de reclame-inspanningen van adverteerders die inhaken op het WK . Na afloop wordt 'De beste inhaker van het WK' bepaald.

Over De Telegraaf

Als de krant met de meest gelezen sportkatern van Nederland, is De Telegraaf de bron voor het laatste sportnieuws rondom de evenementen. Telesport.nl, het grootste online Sportnieuwsportaal van Nederland, houdt de Nederlandse sportliefhebber 24 uur per dag volledig op de hoogte van Oranje op <http://www.telegraaf.nl/telesport/wk2010>. Bovendien meet De Telegraaf maandelijks het Oranjegevoel. De Telegraaf is onderdeel van Telegraaf Media Nederland.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

Julia Wiegman - Marketeer
020. 585 9252
j.wiegman@telegraaf.nl

Niels van Dijken - Researcher
020. 585 2878
vandijken@consumentenonderzoek.nl