

McDonald's scoort hoogst met commercial

25-06-2012 00:00

McDonalds heeft met zijn EK-commercial het hoogst gescoord bij het Nederlands televisiekijkend publiek. Dat blijkt uit een onderzoek van marktonderzoeksbureau Triple Double, zo schrijft Distrifood online. Ruim veertig procent van de duizend respondenten gaf aan de reclame voor de EK Burger, waarin drie Hollandse mannen de Duitse ambassade oranje verven, het meest vermakelijk te vinden. De Geluksvogeltjes van C1000 en het Wilhelmus van Grolsch volgen op plaats twee en drie op de ranglijst van grappigste commercials.

De spot van de Nederlandse Energie Maatschappij, daarentegen, wordt door bijna een derde van de ondervraagden als meest irritant ervaren, gevolgd door de reclame van de Plus (28 procent) en die van Lipton Ice Tea (21 procent). De commercial van C1000 is door 74 procent van de Nederlanders bekeken en daarmee het meest bekend. Heineken en Albert Heijn volgen met een bekendheid van zeventig procent.

Volgens Triple Double scoort C1000 met zijn Geluksvogeltjes het hoogst binnen de categorie gadgets. Bavaria komt uit op de tweede plek met het Bavaria jurkje, gevolgd door de voetbalplaatjes van Albert Heijn. De Oranje Buddies van supermarkt COOP blijken de minste bekendheid te genieten. De voetbalplaatjes van AH werden wel het meest gespaard.