

Winkelketens en fabrikanten besnoeien op WK-acties

10-06-2014 06:38

Winkelketens en merkfabrikanten doen deze zomer fors minder reclame-acties dan rond het EK voetbal twee jaar geleden. Marketingbedrijf Activate&Co telt dit jaar zo'n 150 acties voor het WK voetbal, tegenover 241 in 2012. Dat laat managing partner Frank de Bruin weten aan de NOS.

Vooraf bouwmarkten doen weinig aan oranje-reclames, terwijl ook de energie- en telecomsector en oliemaatschappijen minder vertegenwoordigd zijn. De daling wordt voornamelijk veroorzaakt door de teleurstellende prestaties van het Nederlands elftal twee jaar geleden, stelt De Bruin.

Na het succes van het WK in 2010 was volgens hem twee jaar later een recordaantal acties in winkels zichtbaar. "De koorts was enorm, de deceptie des te groter. En ook de crisis speelt nu natuurlijk mee", stelt hij. Daarnaast zijn fabrikanten mede door het grote aantal inhaak-acties steeds kritischer over de toegevoegde waarde ervan.

Consumenten staan welwillend tegenover de acties van winkelbedrijven en fabrikanten, denkt De Bruin. "Het hoort bij onze Oranje-beleving." Winkels en fabrikanten hebben met hun acties de EK- en WK-koorts volgens hem veel breder gemaakt. "En niet onbelangrijk: bij zowel mannen als vrouwen."