

Oranje-artikelen gaan met billen bloot

16-06-2006 00:00

De Heineken-luidsprekerhoed, de veelbesproken leeuwenhosen en andere Oranje-actieproducten kennen maar weinig succes. Volgens een onderzoek van AC Nielsen brachten de gadgets die onze oranjegekte kanaliseren amper tien miljoen euro op. De totale omzet van de super steeg wel tijdens het WK, met maar liefst elf procent. Enkele producten profiteerden bijzonder sterk van de voetbalkoorts. De verkoop van bier steeg met 35 procent.

Het Page toiletpapier is het populairste oranjegadget, omdat kopers bij aankoop van hun rolletjes kans maken op een plasmascherm. De jagershoed van Heineken is een mooie tweede. De leeuwenhosen van Bavaria staat pas op de vierde stek, na Coca Cola.

Heeft u zelf leuk, opvallend of verrassend WK-retailnieuws? Dan maakt u kans op abonnement op RetailTrends. De beste inzending wordt namelijk beloond met een jaarabonnement op het maandblad RetailTrends, informatiebron voor professionals in retail. Voor de op één na leukste inzending ligt altijd nog een halfjaarabonnement klaar. Insturen kan via de rubriek [My RetailNews](#) op het Forum van RetailNews.nl. Schrijf uw nieuws, vul uw naam en e-mailadres in, en wie weet vindt u na afloop van het WK wel een jaar lang iedere maand RetailTrends op uw deurmat