

---

aan	:	Redactie
van	:	Kobalt / Intomart GfK
c.c.	:	
datum	:	Dinsdag 14 april 2009
betreft	:	Sportsponsoring

---

## Transparantie in media-effectiviteit voetbalsponsoring!

Ooit de vraag gesteld wat een voetbalkijker tijdens een wedstrijd aan reclameborden ziet? Wat het aan merkbeleving doet? Kobalt en Intomart GfK hebben een innovatieve methode ontwikkeld waarmee de media-effectiviteit van voetbalsponsorreclame transparant is geworden.

We weten dat sponsoring soms tot 20% van het mediabudget inneemt zonder inzicht in echte concrete resultaten van sponsoring.

Via vernuftige software leggen Kobalt en Intomart feitelijk vast hoeveel mensen en in welke mate zij daadwerkelijk kijken naar reclameborden en shirts. Zo wordt geregistreerd of er oogcontact is geweest met de sponsor. Het eerste resultaat is in feite een zogenaamd "voetbal sponsorcontact index". Door het toevoegen van mediabudget wordt berekend wat de media reclameopbrengst is van voetbal tijdens het bekijken van de wedstrijden op TV.

De markt heeft duidelijk meer behoefte aan handvatten. Via onderzoek wordt de koppeling gemaakt tussen exposure, zichtbaarheid én merkeffecten. In eerste instantie richten Kobalt en Intomart zich op het domein voetbalsponsoring. Het onderzoek vindt plaats onder 50 sponsormerken. Maar op korte termijn wordt dit uitgebreid naar andere vormen van sponsoring.'

De voetbalfragmenten zijn geanalyseerd en de resultaten zijn nu al verrassend. Op 20 april, tijdens de Kobalt Mediaexperience zullen de eerste onderzoeksresultaten onthuld worden. Tijdens de sessie 'Buitenspel of inkoppertje' legt Stephan van Velthoven, Manager Media Kennis Centrum van Kobalt, uit hoe sponsoring geoptimaliseerd kan worden tot maximale communicatiekracht.

## Over Kobalt

De Kobalt Media Experience vindt plaats op 20 april in het Media Plaza van de jaarbeurs in Utrecht. Meer informatie over de sessies en inschrijving is te vinden op de site van Kobalt TV: <http://tv.kobalt.nl>

Kobalt is een onafhankelijk Nederlands mediabureau voor adverteerders. Als resultaatbureau voor adverteerders adviseert Kobalt op het snijvlak van merk- en mediastrategie, koopt media in en handelt mediaplatsingen, grafimedia- en direct (non) mailopdrachten af. Kobalt wordt al jaren door adverteerders erkend als het meest bekende mediabureau van Nederland (Bron: Nationaal Onderzoek Marketing Dienstverleners 2008). Met de inzet van media ondersteunt Kobalt adverteerders op een resultaatgerichte wijze bij het realiseren van sterke merken en betere verkopen. Bij Kobalt, gevestigd in Amstelveen, werken 172 mensen. De omzet in 2008 bedroeg € 356 miljoen.

## Over Intomart GfK

Intomart GfK is één van de top drie marktonderzoeksbureaus in Nederland, behorende tot het wereldwijd gevestigde GfK, met expertise over merken, media en markten. Intomart GfK staat voor kwaliteit in markt, media - en beleidsonderzoek. Meer informatie over producten en diensten is te vinden op [www.intomartgfk.nl](http://www.intomartgfk.nl).

## Meer informatie

Voor meer informatie over dit persbericht kunt u contact kunt u contact opnemen met:

Stephan van Velthoven, Manager Media Kennis Centrum  
Telefoon: 020 7998 705  
E-mail: [stephan.van.velthoven@kobalt.nl](mailto:stephan.van.velthoven@kobalt.nl)

Voor meer informatie over Kobalt kunt u contact opnemen met Inge Aerts, communicatiemedewerker.  
Telefoon: +31 20 799 88 65.  
E-mail: [inge.aerts@kobalt.nl](mailto:inge.aerts@kobalt.nl)

Intomart GfK  
Stefan Peters (Director Research)  
Noordse Bosje 13-15  
Postbus 10004  
1201 DA Hilversum  
035-6258411

## Overig

Dit persbericht is actueel (16 april 2009) en is vrij van embargo.