

showcase

ZOMER 2016: 80 DAGEN SPORT

We gaan een veelbelovende sportzomer tegemoet. Op 10 juni trappen we af met het EK Voetbal, direct daarop volgt de Tour de France en met de Olympische Spelen eindigen de zomermaanden op 21 augustus. Maar liefst drie maanden lang zitten miljoenen kijkers aan de buis gekluisterd. Ster haakt daar slim op in met diverse inkoopopties.



Allereerst: hoe kan het dat mensen zich altijd zo heerlijk kunnen verliezen in sport? Vanwege de mooie, dramatische aspecten, meent Niels van Altena, sales-director bij Ster. 'Kijk bijvoorbeeld naar de Olympische Spelen. Iemand als Dafne Schippers heeft jaren getraind om haar doel te bereiken en nu werkt ze toe naar de piek. De kijker smult: lukt het, dan juichen we mee. En als ze faalt mogen we met z'n allen meehuilan.'

Drie maanden topsport is veel, maar iedereen pikt er het zijne of hare uit. En zo heeft ieder zijn eigen kippenvolmomenten. Van Altena noemt zichzelf 'wielrengak'. 'Vorig jaar heb ik achter de schermen mogen meekijken toen de tour in Utrecht van start ging. Hier hangt nu een foto van mij met Greg van Avermaet. Toen hij de 13e etappe in de Tour de France won vond ik dat extra gaaf.' Utrecht heeft de Tour de France een kijkcijferboost gegeven. In de stad ontstond een groot volksfeest waar wielrengeliefhebbers nog jaren op kunnen teren. Van Altena verwacht dat ook dit jaar weer veel kijkers zullen toestromen.

'2 miljoen kijkers. Dat zijn indrukwekkende aantallen. Straks is dat dagelijkse kost'

Het EK Voetbal dan. Nederland doet dit jaar immers niet mee, voor het eerst sinds mensenheugenis. De vorige keer dat Oranje niet meedeed aan een EK was Wesley Sneijder net geboren: in 1984. 'Dat Oranje niet meedoet scheelt inderdaad omzet', voorziet van Altena. 'Maar het EK Voetbal blijft hoe dan ook een kijkcijfertrekker. Uit ervaring weten we dat tussen de 2 en 4 miljoen mensen geen wedstrijd willen missen. Dat is net zoveel als een primetimetopper als Wie is de Mol? Dat zijn indrukwekkende aantallen, en straks is dat dagelijkse kost.' De finales (dus kwart, half en heel) zijn goed voor aantallen kijkers vergelijkbaar met Boer Zoekt Vrouw: rond 3,5 miljoen. 'Wie weet gaan we België omarmen. Dat we met z'n allen juichen voor de Rode Duivels.'

'Iedere adverteerder profiteert van 80 dagen sport. Een hele zomer lang'

ADVERTEREN?

Via Sportzomer2016.nl laat Ster zien wat de inkoopopties zijn voor de genoemde evenementen. En die zijn heel aantrekkelijk. Zeker voor adverteerders die 30 tot 40 procent goedkoper uit willen komen. De inkoopmogelijkheden zijn variabel en de kansen voor adverteerders enorm. Zo kan een adverteerder de hele sportzomer claimen, kiezen voor een van de 3 sportevenementen of juist voor een bepaalde sporter of team. Via een trechtermodel is dat kostenefficiënt en aantrekkelijk samen te stellen.' Van Altena laat weten dat ook aan kleinere adverteerders is gedacht. 'We werken voor grote merken maar ook voor adverteerders met een klein budget. En zo profiteert iedereen straks van tachtig dagen sport, een hele zomer lang.'

'Laat die Belgen maar Europees Kampioen worden. Kunnen we onszelf toch nog een beetje op de borst kloppen'



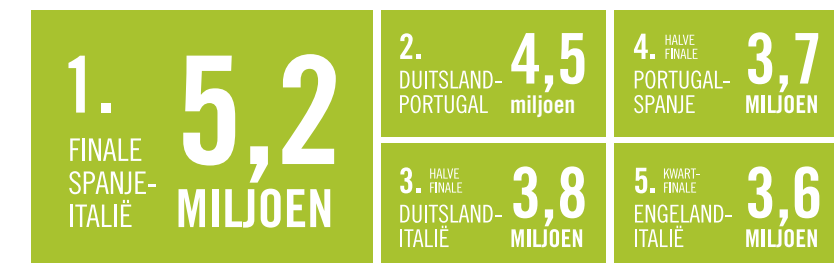
OLYMPISCHE SPELEN

BEREIK OLYMPISCHE SPELEN



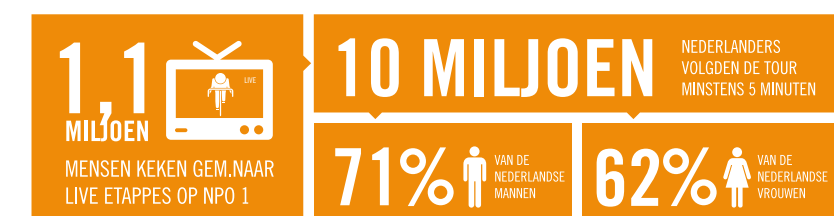
EK VOETBAL

MEEST BEKEKEN NIET-ORANJE WEDSTRIJDEN 2012



TOUR DE FRANCE

BEREIK TOUR DE FRANCE 2015



Bron: SKO, 6+, gemiddelde kijkdichtheid, bereik op basis van 5 minuten aaneengesloten gekeken.