

## Persinformatie

29 juli 2004 / 04060

### **Voetbal wordt door Nederlanders en Brazilianen tijdens de Olympische Spelen het meest opgenomen**

*Uit onderzoek van Philips blijkt dat wereldwijd sport op de buis vrienden en familieleden samenbrengt*

**Eindhoven, Nederland** – Deze zomer staat geheel in het teken van grote sportevenementen waaronder de Olympische spelen in Athene. Atleten uit heel de wereld gaan de sportieve strijd met elkaar aan en zal het hart van menig sportfans harden doen kloppen. Vanaf 13 augustus staan meer dan 16.000 atleten in 28 Olympische sporten op 35 locaties in de spotlights. Tijdens deze fascinerende sportevenementen zal menig kijker op het puntje van zijn stoel zitten. Om erachter te komen waar wereldwijd naar gekeken wordt en welke onderdelen van bijvoorbeeld de Olympische Spelen worden opgenomen, heeft Philips een onderzoek uit laten voeren door Harris Interactive®. Het Philips Global Home Entertainment Survey onderzocht wereldwijd zowel het verwachte kijkgedrag tijdens de Olympische Spelen als de belangstelling voor sport op televisie in het algemeen onder consumenten in 13 verschillende landen. Eén van de opmerkelijkste uitkomsten van het onderzoek is dat het merendeel van de Nederlanders ware 'voetbalfans' zijn. Samen met de Italianen en Brazilianen wordt in Nederland met vrienden en familie op de televisie het meest naar voetbalwedstrijden gekeken.

### **De gouden medaille voor Olympische passie gaat naar...**

Alhoewel in alle onderzochte landen naar de Spelen wordt gekeken, waarden de ondervraagden in Duitsland, Mexico, Frankrijk, Rusland en China de Spelen als hun meest favoriete, 'niet te willen missen' televisieprogramma. In Duitsland en Mexico versloegen de Olympische Spelen zelfs entertainment als tv-films, soaps, en zelfs seizoenfinales. In China en Mexico zullen de meeste mensen (56% en 50%) deze zomer afstemmen op de Spelen.

### **Voetbal – Het middelpunt van sport entertainment op de buis**

Sport brengt vrienden en familieleden samen voor de buis. Uit het onderzoek blijkt dat sport op de tweede plaats wordt genoemd – na films – als meest populaire programma om gezamenlijk met vrienden en familieleden te bekijken.

Behalve het kijken naar de Olympische Spelen, scoort het kijken naar voetbalwedstrijden het hoogst bij de Brazilianen, Italianen en Nederlanders. Hier heerst een ware 'voetbalkoorts'. Zij zien de nationale en clubwedstrijden als hun favoriete tv-programma. We kunnen met zekerheid zeggen dat Nederland tot de landen-top-drie van grootste 'voetballiefhebbers' van de wereld behoort!

Dat sport voor een kwart van de Russen 'een ultieme beleving' is blijkt uit het feit dat ze sport op een groot scherm boven seks verkiezen! Dit is ruim dubbel zoveel als in ieder ander land! De Spanjaarden, Duitsers en Italianen delen deze mening niet met scores van respectievelijk 3%, 4% en 4%.

### **Ready, Set -- Record!**

Een groot aantal van de Olympische activiteiten vindt plaats op tijden die voor de meeste sportfans niet gemakkelijk 'live' te bekijken zijn. Om toch niets van het spektakel te hoeven missen geeft het grootste gedeelte van de respondenten aan bepaalde elementen van de Spelen op te willen nemen. Uit het onderzoek blijkt dat met name de openings- en slotceremonie, voetbal, gevolgd door atletiek, tennis en turnen opgenomen worden. Voetbal wordt het meest opgenomen door inwoners van Nederland, Brazilië, China, India en Rusland. De openings- en slotceremonie hebben de voorkeur in Frankrijk, Duitsland, Spanje en Mexico.

Volgens het onderzoek zijn de ondervraagden in Mexico, Brazilië en China zeer enthousiast over het opnemen van de Olympische Spelen; toch worden in deze landen over het algemeen minder tv programma's opgenomen dan in Nederland, de Verenigde Staten, Engeland en België.

Met het grote assortiment DVD-recorders speelt Philips in op deze trend. Philips verschaft consumenten over heel de wereld de laatste opnametechnologie en de flexibiliteit om je favoriete herinneringen voor het leven vast te leggen op DVD. De eenvoudig te bedienen producten zijn tevens uitgerust met een gratis elektronische programmagids. Hiermee kunnen consumenten up-to-date programmering van de laatste sportevenementen raadplegen. Daarnaast kunnen ze deze programma's met een simpele druk op de knop opnemen.

### **Beter bekeken vanuit de luie stoel**

Het is duidelijk dat wereldwijd mensen graag thuis vanuit hun luie stoel genieten van hun favoriete sportevenement. In het onderzoek worden een aantal redenen genoemd om liever thuis naar sport kijken dan bijvoorbeeld 'live' in een stadion. Meer dan de helft van de onderzochte landen, waaronder ook Nederland, geeft aan thuis 'de actie beter te kunnen zien'. Terwijl mensen in de Verenigde Staten, Duitsland, Spanje en Rusland het 'goedkope' element als doorslaggevende factor noemen. De ondervraagden in Italië en Brazilië verkiezen de luie stoel boven het onoverdekte stadionvak vanwege het 'gemak'.

### **Philips' Global Home Entertainment Survey**

Tussen maart en april 2004 is het Philips Home Entertainment Survey uitgevoerd door Harris Interactive. Het onderzoek is verricht onder tv-bezitters in de leeftijd van 20-55 jaar in de volgende landen: België, Brazilië, China, Frankrijk, Duitsland, India, Italië, Mexico, Nederland, Rusland, Spanje, Engeland en de Verenigde Staten. Meer dan 6.000 consumenten namen deel aan de enquête via internet, telefoon en in persoonlijke gesprekken.

### **Onderzoeksmethode**

Het onderzoek werd middels een Internetenquête afgenomen in de volgende landen: België, Frankrijk, Duitsland, Italië, Nederland, Spanje, Engeland en de Verenigde Staten. In India werd zowel via internet als via persoonlijke gesprekken geënuquêteerd. In Brazilië, China, and Mexico werd telefonisch geënuquêteerd en in Rusland d.m.v. persoonlijke gesprekken. Per land werd het volgende aantal enquêtes gehouden:

De internationale onderzoekspopulatie bestaat uit personen in de leeftijd 20 tot 55 jaar die in het bezit zijn van een televisie. De resultaten zijn gewogen op basis van leeftijd, geslacht, opleiding, inkomen en geografische ligging (woonplaats) zodat een representatief beeld van de totale populatie kan worden gegeven. Daarnaast is voor de resultaten van Frankrijk, Duitsland, Italië, Spanje, Groot-Brittannië en Amerika gebruik gemaakt van kansberekening om de kans vast te stellen dat een respondent deelneemt aan een online panel. In theorie, kan met 95% betrouwbaarheid worden gesteld dat voor de resultaten per land een betrouwbaarheidsmarge geldt tussen de vier en min vier procent. Indien de totale populatie in het onderzoek zou zijn betrokken, zou met 95% betrouwbaarheid het resultaat plus/min een margs tussen de vier en min vier procent bedragen. De online steekproef is geen ad random selectie.

### **Philips Home Entertainment Producten**

Philips heeft een leidinggevende positie in de ontwikkeling van innovatieve home-entertainmentproducten waaronder de nieuwe FlatTV™ met Ambilight™, een compleet assortiment home-theatersystemen en DVD-recorders waarmee de consument volledig in het medium wordt meegenomen. Philips FlatTV's zijn nu ook met omgevingsverlichting uitgerust, zodat een meer ontspannen en een intensere kijkervaring wordt geboden. Philips biedt zijn klanten een compleet assortiment FlatTV's, zowel in LCD- als plasma-uitvoering, in maten variërend van 42 tot 125 cm. Bovendien biedt Philips een compleet assortiment home-theaterproducten, waaronder de nieuwste DVD-recorders met harddiskdrives, DVD-spelers, draadloze multimedia-apparatuur en all-in-one home-theatersystemen.

Voor meer informatie (niet voor publicatie):  
Philips Media-relaties Nederland  
Janneke van Herwaarden  
Tel.: 040 278 2903  
E-mail: [Janneke.van.Herwaarden@philips.com](mailto:Janneke.van.Herwaarden@philips.com)

Over Koninklijke Philips Electronics N.V.  
Koninklijke Philips Electronics N.V. is met een omzet van EUR 29 miljard in 2003 de grootste elektronicafabrikant van Europa en een van de grootste ter wereld. Philips is toonaangevend op het gebied van kleurentelevisies, verlichting, elektrische scheerapparaten, medische diagnostische beeldvormende apparatuur en patiëntenmonitoring en één-chiptelevisieproducten. De onderneming heeft 165.600 werknemers in dienst, verspreid over meer dan zestig landen. Het concern is actief in de sectoren verlichting, consumentenelektronica, huishoudelijke apparatuur, halfgeleiders en medische systemen. Philips staat genoteerd aan onder meer de New York Stock Exchange (symbool: PHG) en de beurs in Amsterdam. Voor meer informatie over Philips: [www.philips.nl/nieuwscentrum](http://www.philips.nl/nieuwscentrum)