

Resultaten Olympische Winterspelen Milaan 2026

Impact op het merk en bereik

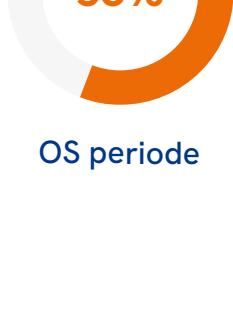
i Gemeten bij het Nederlandse publiek (18+ / N=300) over de olympische periode (OS). Vergeleken met gemiddelde percentage over 2025, tenzij anders vermeld.

1. Merk TeamNL

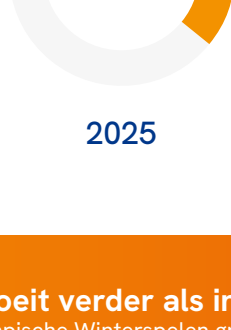
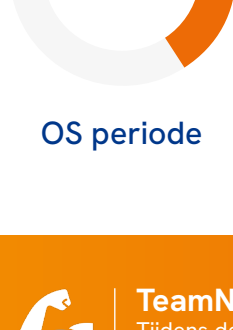
Bekendheid TeamNL



Duiding TeamNL



Betrokkenheid TeamNL



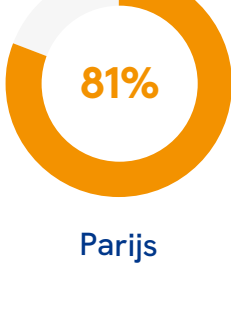
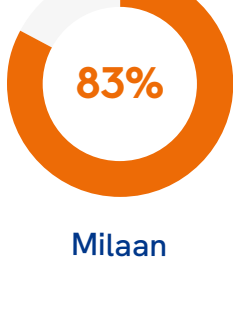
TeamNL groeit verder als inspirerend en waardevol sportmerk
Tijdens de Olympische Winterspelen groeit het merk TeamNL op de verschillende merkindicatoren. De Spelen laten zien hoe de prestaties en verhalen van onze (winter)sporters in Oranje miljoenen Nederlanders verbinden met TeamNL.

2. Staatsloterij TeamNL Huis

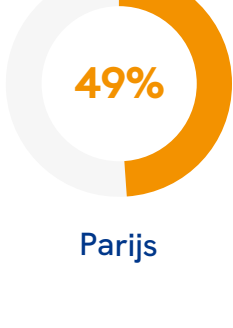
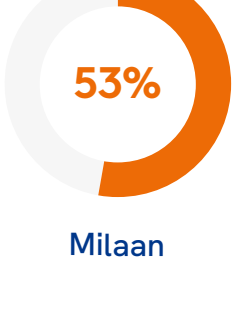
Staatsloterij TeamNL Huis

	Winterspelen Milaan 2026	Zomerspelen Parijs 2024
Bezoekers	30.000	100.000
Waardering	8,2 +5%	7,8

Bekendheid



Duiding



3. Owned kanalen

Volgers kanalen TeamNL

918.618
Totaal aantal volgers

241.000 +35%
Toename in volgers tijdens de Olympische Winterspelen

Volgers kanalen Staatsloterij TeamNL Huis

97.055 +105%
Totaal aantal volgers

48.899 +115%
Toename in volgers tijdens de Olympische Winterspelen

290.000 nieuwe volgers
De gezamenlijke social community van TeamNL en het Staatsloterij TeamNL Huis groeide met 290.000 volgers naar 1.015.673 volgers. Vooral Instagram en TikTok lieten sterke groei zien.

Impressies en engagement

Winterspelen Milaan 2026	TeamNL	Staatsloterij TeamNL Huis
Impressies	326.404.096	80.533.719
Engagement	14.449.064	2.668.248

Zomerspelen Parijs 2024	TeamNL	Staatsloterij TeamNL Huis
Impressies	116.927.329	21.342.712
Engagement	5.640.803	818.162

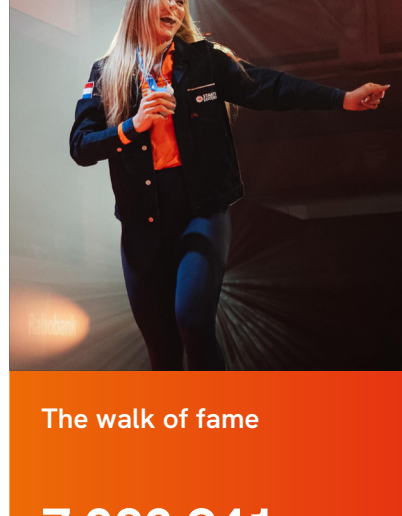
i Milaan 2026 versus Parijs 2024
Tijdens de Olympische Winterspelen in Milaan groeide de impact van TeamNL op social media sterk ten opzichte van Parijs 2024. De kanalen van TeamNL realiseerden 326 miljoen impressies, bijna drie keer zoveel als in Parijs (117 miljoen). Ook de betrokkenheid nam fors toe, met 14,4 miljoen interacties tegenover 5,6 miljoen tijdens de vorige Spelen. Het Staatsloterij TeamNL Huis liet een vergelijkbaar beeld zien: 80,5 miljoen impressies en 2,7 miljoen interacties, ruim meer dan in Parijs (21,3 miljoen en 800 duizend). Daarmee bevestigen de Spelen opnieuw de kracht van TeamNL om fans, sporters en partners samen te brengen.

406 miljoen impressies op TeamNL-kanalen
De social content van TeamNL en het Staatsloterij TeamNL Huis werd tijdens de Spelen meer dan 406 miljoen keer gezien.

Populairste posts TeamNL



Populairste posts Staatsloterij TeamNL Huis



Meer dan 12 miljoen interacties
Op de TeamNL-kanalen werden tijdens de Spelen meer dan 12 miljoen likes, shares en comments achtergelaten. De content werd niet alleen bekeken, maar ook actief gedeeld en besproken.

Web

	Milaan	Parijs
Paginaweergaven	17.557.111	10.569.265

TeamNL App

	Milaan
Nieuwe gebruikers	147.300

Fanprofielen

	Milaan	Parijs
Nieuwe profielen	+ 133.028 +50%	+ 121.000 +101%

4. In de media

Nieuwsberichten over TeamNL

	Winterspelen Milaan 2026
Nieuwsberichten	6.358
Potentieel bereik	2.156.069.692

TeamNL Taxi in samenwerking met Kalvijn

	Winterspelen Milaan 2026
Impressies TeamNL Taxi	10.141.473
Engagement TeamNL Taxi	458.747

Zichtbaarheid van TeamNL bij mediapartijen

Kijkers NOS 12,3 miljoen Nederlanders; 55 miljoen online impressies incl. 17 miljoen stream starts	Kijkers Eurosport Gemiddeld 75.460 aantal kijkers per dag; 112 miljoen impressies over alle social kanalen	Impressies Sportnieuws.nl 30 miljoen impressies Sportnieuws.nl; 175 miljoen impressies over alle social kanalen
Impressies TeamNL AD 26 miljoen impressies artikelen; 22 miljoen social impressies vanuit 2,2 miljoen unieke accounts	Impressies Livestreams Huldigingen (DPG - live huldiging en Day After samenvatting) 1.195.786 impressies	

Van Milaan tot in de huiskamer: miljoenen lezers en kijkers
Tijdens de Olympische periode verschenen 6.358 nieuwsberichten over TeamNL en het Staatsloterij TeamNL Huis, met een potentieel bereik van 2,15 miljard contacten. Via de NOS keken 12,3 miljoen inwoners van Nederland. Daarnaast zorgden Eurosport, AD, NU.nl en Sportnieuws.nl met de livestreams van de huldigingen en online content samen voor honderden miljoenen vertoningen.