

## PERSBERICHT

### Onderzoek: Twitteraars claimen merknamen beursgenoteerde bedrijven

*Twee van de 45 Bel20- en AEX-indexbedrijven hebben een herkenbaar eigen Twitter-account*



Brussel, 9 september 2008 – Beursgenoteerde bedrijven van de Bel20- en AEX-index lopen een reëel risico dat hun merknaam op microbloggingplatform [Twitter](#) gebruikt wordt voor andere doeleinden dan hun eigen communicatie. Van de 45 Bel20- en AEX-indexfondsen zijn slechts twee Twitter-accounts herkenbaar als eigendom van een beursgenoteerd bedrijf. Achttien merknamen zijn tot op vandaag nog

niet geregistreerd. Van de in totaal 27 wél geregistreerde Twitter-accounts, zijn er 25 accounts die gebruikmaken van de namen van de beursgenoteerde bedrijven. Het is echter onduidelijk en in enkele gevallen zelfs dubieus wie ze heeft geregistreerd. Dat blijkt uit een onderzoek van het PR- en communicatiebureau [LVT Benelux PR](#).

Met Twitter is het mogelijk om korte berichten - Tweets - van maximaal 140 karakters te versturen en ontvangen via de pc of de mobiele telefoon. Andere gebruikers kunnen zich vervolgens abonneren op deze Tweets en communiceren met andere Twitteraars. Hoewel het aantal merken dat Twitter gebruikt om met doelgroepen te communiceren nog beperkt is, zien steeds meer bedrijven er de waarde van in. Van de Bel20- en AEX-indexbedrijven gebruiken echter slechts twee bedrijven Twitter actief. Het meest actief is navigatiespecialist [TomTom](#) met 78 updates en 82 Twitter-volgers. Uitzendbureau Randstad [meldt](#) dat het op zoek is naar recruiters.

Dat het risico op online misbruik van de bedrijfsnamen – ook wel ‘brand jacking’ genoemd – reëel is bleek begin augustus 2008 nog. Een zekere Janet registreerde toen het Twitter-account Exxon Mobil en beantwoordde vragen van andere Twitter-gebruikers. Deze gebruikers kregen de indruk dat Janet de officiële standpunten van Exxon Mobil uitdroeg. Andere bloggers maakten Exxon Mobil hierop attent, waarna het bedrijf maatregelen nam om het Twitter-account van Janet af te sluiten. Een analist van Forrester Research [reconstrueerde](#) het verhaal en vroeg Exxon Mobil om een reactie. Janet leek uiteindelijk geen enkele relatie met Exxon Mobil te hebben.

Op Twitter staan volgens het onderzoek van LVT Benelux PR 25 accounts geregistreerd die gebruikmaken van de namen van beursgenoteerde Bel20- en AEX-indexbedrijven maar waarvan onduidelijk is wie de eigenaar is. In enkele gevallen is echter overduidelijk dat dit niet de onderzochte bedrijven zijn. Zo was op de 26 augustus 2008 op [Twitter.com/Inbev](http://Twitter.com/Inbev) te lezen dat dit account te koop



stond en dat geïnteresseerden via e-mail contact konden opnemen (inmiddels lijkt het account niet meer te bestaan). [Twitter.com/Heineken](http://Twitter.com/Heineken) blijkt geregistreerd te zijn door ene Ken Heine. Op [Twitter.com/AgfaGevaert](http://Twitter.com/AgfaGevaert) zijn louter Aziatische tekens te lezen. Het account is echter wel voorzien van het officiële logo van Agfa Gevaert. Een onbekende Twitteraar meldt verder op [Twitter.com/INGGroup](http://Twitter.com/INGGroup) dat hij of zij binnenkort goed en slecht nieuws over ING zal gaan bloggen en vraagt andere Twitteraars om scoops door te sturen.

Op Marketingfacts [discussiëerden](#) bloggers onlangs over de vraag of bedrijven hun bedrijfs- en productnamen moeten registreren op Twitter en allerlei andere nieuwe online initiatieven. Het voorval bij Exxon Mobil maakt echter duidelijk dat brand jacking wel degelijk vervelende gevolgen voor een bedrijf kan hebben. Bovendien maakte de Securities and Exchange Commission (SEC, de Amerikaanse beurswaakhond) eind juli 2008 in een [toespraak](#) bekend dat het werkt aan een nieuwe richtlijn voor beursgenoteerde bedrijven. Deze richtlijn houdt in dat beursgevoelige informatie in de toekomst als openbaar beschouwd wordt wanneer de informatie op een bedrijfswebsite of corporate blog staat. De nieuwe richtlijn zou [aanzienlijke gevolgen](#) kunnen hebben voor het gebruik van social media - waaronder Twitter - als communicatiemiddel voor bedrijven met beleggers en investeerders.

LVT Benelux PR adviseert bedrijven die nog geen Twitter-account hebben geregistreerd dit alsnog te doen. Het registratieproces is eenvoudig en kost hooguit enkele minuten per registratie. Hoe dan ook raadt LVT bedrijven aan om te monitoren of en op welke manier er over hen wordt gesproken op Twitter. Dit kan bijvoorbeeld door op <http://search.twitter.com> een zoekopdracht op de eigen bedrijfsnaam in te geven en daar vervolgens een RSS feed op te nemen ([voorbeeld](#)).

LVT Benelux PR voerde het onderzoek uit op 26 augustus 2008 voor de 25 AEX-indexbedrijven en de twintig aan de Bel20 genoteerde bedrijven. Het onderzoek is uitgevoerd naar aanleiding van het

geval van brand jacking bij Exxon Mobil. In het Verenigd Koninkrijk werd een soortgelijk [onderzoek](#) uitgevoerd onder de FTSE 100-bedrijven.

#### **Over LVT Benelux PR**

LVT Benelux PR maakt deel uit van een groep onafhankelijke adviesbureaus gespecialiseerd in Public Relations, Communicatieadvies, Editorial Services, Trainingen en Evenementenorganisatie. LVT Benelux PR is werkzaam voor circa 80 klanten binnen verschillende sectoren: Consumentenelektronica, ICT, Lifestyle, Logistiek, Travel & Leisure en Zakelijke dienstverlening. De 40 medewerkers ondersteunen bedrijven en instellingen in het gehele communicatietraject: van strategie tot uitvoering. De bureaus van de LVT Group zijn gevestigd in Amsterdam, Brussel en Bunnik. Meer informatie: [www.lvtpr.com](http://www.lvtpr.com) en [www.eventive.nl](http://www.eventive.nl).

Voor meer informatie:

LVT Benelux PR

Richard Verbeek / Steven Van Gaever

Tel: +32 (0)2 474 17 40

E-mail: [richard@lvtpr.com](mailto:richard@lvtpr.com) / [steven@lvtpr.com](mailto:steven@lvtpr.com)