

# Reclame

## Reclame werkt

Om ervoor te zorgen dat jij hun producten koopt, maken bedrijven reclame. Spotjes op tv, advertenties in de krant, banners op internet, de mogelijkheden zijn grenzeloos.

Of het nou om sportschoenen, kleren of muziek gaat - als jij een product koopt, kun je haast altijd kiezen. Al die verschillende producten worden door verschillende bedrijven gemaakt, die met elkaar concurreren. En natuurlijk heeft zo'n bedrijf er belang bij dat jij hun product koopt.

Om dat voor elkaar te krijgen, maken die bedrijven reclame. Spotjes op tv, advertenties in de krant, banners op internet, de mogelijkheden zijn grenzeloos. Eigenlijk zijn de belangen van consumenten en reclamemakers dus tegenstrijdig. Jij hebt geld in je portemonnee, en reclame probeert jou ervan te overtuigen dat je dat geld moet uitgeven.

Reclame probeert dus je gedrag te beïnvloeden. En voor jou als consument is het van belang dat de reclame die je ziet of hoort betrouwbaar is en dat je niet misleid wordt.

Reclame is voor bedrijven onmisbaar. Zonder reclame zouden producten en merken niet bekend zijn bij de consument, en zouden ze dus niet gekocht worden. Maar hoe weet je nou als reclamemaker of iets werkt of niet?

"Vlak voordat je uit gaan zenden ga je met een aantal mensen om tafel zitten, laat je de commercial zien, ga je kijken wat hun reacties zijn. Daarna, tijdens het uitzenden, bellen we zeg maar wekelijks mensen op om te vragen 'Heb je de commercial gezien, wat vond je ervan, kun je hem nog herinneren, waar ging hij ook alweer over?'. Dus er wordt continu met consumenten gepraat over de commercial. En op die manier proberen wij er achter te komen hoe goed eigenlijk de commercial was".

Reclame heeft dus als doel om producten te verkopen. Maar daarnaast heeft reclame ook nog een heel andere belangrijke functie in onze samenleving. Want zonder al die reclame zouden niet alleen commerciële omroepen niet kunnen bestaan, ook de publieke omroepen zouden geen geld meer hebben om programma's te maken. Je zou niet meer kunnen googelen en geen krant kunnen lezen, want al die media bestaan dankzij reclame. Het beste voorbeeld hiervan zijn gratis kranten zoals Spits en Metro, die hun inkomsten helemaal uit reclame halen - dus niet uit abonnementen en losse verkoop, zoals andere kranten.