

# Consument heeft sympathie voor merksaboteurs

15-02-2007 00:00

De invloed van blogs met negatieve commentaren blijkt uit de sympathie die consumenten hebben voor zogenaamde merksaboteurs. Saboteurs gebruiken politieke satire, punkactivisme en graffiti op hun websites om de consument te wijzen op de vervuilende werking van een cultuur die geobsedeerd wordt door merken.

Veel consumenten kunnen zich vinden in de activiteiten van merksaboteurs en beleven er plezier aan. Soms levert sabotage echter slechts publiciteit op voor een merk, hetgeen de aankoopbereidheid juist bevordert. Klachten over producten of service worden graag gedeeld, zoals op blogs.