Bekende vrouw in reclame zinloos

03-10-2008 00:00

Een product onder de aandacht brengen via een bekende Nederlandse vrouw heeft geen zin. De doelgroep van vrouwen van dertig jaar en ouder is daar weinig gevoelig voor, zeker niet als het gaat om haarproducten, zo schrijft dagblad Het Parool. Dat blijkt uit onderzoek van Motivaction onder zevenhonderd vrouwen.

Een kleine groep vrouwen tussen de twintig en dertig jaar laat zich beïnvloeden door BN'ers. Van de groep van 30 jaar en ouder zegt bijna 95 procent dat ze zich helemaal niet laten leiden door een bekend gezicht. Bij vrouwen tussen de 20 en 30 jaar zegt 85 procent dat.