

Specsavers maakt irritantste reclame

23-12-2008 00:00

Het maakt niet uit hóe er over je wordt gepraat, áls er maar over je wordt gepraat. Met dit uitgangspunt heeft Specsavers een succesvolle reclamecampagne. De opticienketen zag maandag zijn reclame bekroond met de Loden Leeuw, een onderscheiding voor de meest irritante reclame van heet jaar.

In het spotje van Specsavers wordt een omaatje aangevallen door een opticien. Met 35 procent van de stemmen won de reclame van Specsavers. Op de tweede plaats eindigde een spotje van Axe (23,4 procent), derde werd een commercial van Tele2 (23,1 procent).

Joop Braakhekke mag zich vanaf maandag de meest irritante bekende Nederlander in een tv-spotje noemen. Hij kreeg de Loden Leeuw voor zijn rol in een reclame voor Ambipur. Kijkers vinden het raar dat een topkok geassocieerd wordt met de stoelgang.