

Jonge bierdrinker kijkt weinig tv

04-08-2006 00:00

De Australische bierbrouwer Foster houdt zijn televisiereclame voor bekeken. Die vorm van adverteren is duur en weinig efficiënt. Jonge bierdrinkers bereiken brouwers tegenwoordig beter via reclame op het internet.

Daarom start Foster heavy.com, een muziek- en videowebsite die zich tot het jonge volkje richt. Heel wat marketeers verkiezen het internet boven de tv om jongeren te bereiken, omdat die niet echt van passief vertier houden.

De stap naar internet is voor Foster niet evident. Het biermerk had succesvolle spotjes met de beroemde slagzin "Foster, Australisch voor bier". Maar ook al valt de reclame op het internet tegen, de brouwer wil zijn televisiereclame niet meer hervatten.