

Tv-reclame vaker overgeslagen

15-08-2006 00:00

Dankzij nieuwe technologieën als digitale videorecorders en video-on-demand slaan consumenten steeds vaker tv-reclame over. Dat blijkt uit een jaarlijkse enquête van Roper Reports onder Amerikaanse consumenten. Mannen gebruiken hun DVR vaker om reclames te 'skippen' dan vrouwen: 65 tegenover 56 procent. Veelzeggend zijn de vergelijkbare percentages van Ropers onderzoek van 2005: toen bedroegen die respectievelijk 21 en tien procent.