



## SAJTÓKÖZLEMÉNY

# Miért hasznos a reklám mindenkinek?

*Széles körű szakmai összefogás a reklámparát fogyasztói szemléletért*

[www.areklamhasznos.hu](http://www.areklamhasznos.hu)

*Budapest, 2015. március 18. - A Magyar Reklámszövetség és a Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége vezetésével 2015. március 18-tól széles körű kampányt indít a reklámért, hogy a fogyasztók figyelmét felhívja a reklámpar jelentőségére, a reklámok hasznosságára mindennapi életünkben. A számos szakmai partner, ügynökség és támogató közreműködésével megvalósuló „Kampány a reklámért” projekt célja, hogy felhívja a fogyasztók figyelmét a reklámpar jelentőségére és a reklámok olyan gyakorlati előnyeire, mint például az ingyenes médiatartalmak, melyeket az ipar a reklámbevételekből finanszíroz. A kampány print, online, tévés és rádiós médiafelületeken fog megjelenni és adott csatornára szabottan magyarázza el közérthetően, miért és hogyan hasznos az adott reklámfelület. A GEMIUS segítségével a másfél hónapon keresztül futó kampány hatékonyságát is mérni fogják a fogyasztók körében.*

Ki ne vágyott volna már arra, hogy kedvenc tévésorozatát reklámok nélkül élvezhesse végig? Hogy át tudja adni magát imádott helyszínelői áldozatos munkájának anélkül, hogy megtudja, miért nem lesz fehér a foga, ha hagyományos fogkrémet használ? Vagy mitől él tovább a mosógépe. De vajon tényleg szebb lenne az élet reklámok nélkül? Jobban szuvasodna ugyan a fogunk, de boldogabbak és kiegyensúlyozottabbak lennénk? A Magyar Reklámszövetség és a MAKSZ kezdeményezésével március elején induló Kampány a reklámért projekt célja, hogy valós képet adjon a fogyasztóknak a reklám nélküli élet mindennapjairól és megmutassa, hogy az oly szembetűnő előnyök mellett milyen hátrányokkal járna a szép új világ.

Az átlagfogyasztó Magyarországon egyáltalán nincs tisztában a reklámok működési mechanizmusával, az pedig, hogy akár hozzáadott értékkel is bírhat, legmerészebb álmaiban sem feltételezi. Számára csak a reklámok negatív hatása egyértelmű, amit elsődlegesen érzékel, hogy kedvenc műsorát különböző hosszúságú és rendkívül zavaró hirdetési blokkokkal szakítják meg.

A fogyasztói ismeretek hiányának egyik fő oka, hogy a szakmai szervezetek az elmúlt években az iparág érdekképviselője és belső működésének hatékonyabbá tétele mellett nem fordítottak kellő hangsúlyt a fogyasztók tudatos tájékoztatására. Az IAA 90-es évekbeli kampánya óta gyakorlatilag nem született olyan kezdeményezés, amellyel a szakma közvetlenül a fogyasztókat szólította volna meg.

További információ:

[fulop.szilvia@mrsz.hu](mailto:fulop.szilvia@mrsz.hu)

[bori@maksz.hu](mailto:bori@maksz.hu)

**Partnerek:**

