

**TE MOOI  
OM WAAR TE ZIJN !**



## WERKEN

Een studentenjob, een 'gewone' job na je studies, een eigen zaak starten. Wat komt hierbij kijken? En wat als je geen inkomen meer hebt omdat je ziek bent of ontslagen?

## ALLEEN WONEN

Huren of kopen, wat is interessanter of goedkoper? Wat met die hoge energiekosten? Al die boodschappen en de kuis die je nu zelf moet doen!

## BANK, LENEN EN KOPEN OP AFBETALING

## VERVOER

## VRIJE TIJD

Genieten van muziek, iets gaan eten of drinken, thuis gamen, sporten, een concert of festival, op reis. Wat mag het kosten?

## STUDEREN

Wat na je middelbaar? Verder studeren: wat kost dat en hoe moet je dat betalen? Op kot? Werken als jobstudent?

## SCHULDEN

## COMPUTER, GSM EN TV

## SHOPPEN EN RECLAME

Shoppen is leuk. Maar ons koopgedrag wordt beïnvloed door reclame en ander 'trikken van de voor'. Laat jij je vangen? En wat ken jij over het herroepingsrecht en garantie?

## VERZEKERING EN MUTUALITEIT

Wil je weten hoe je goedkoop kan reizen? Wanneer en hoe moet je je aansluiten bij een mutualiteit? Wat is voor jou het goedkoopste gsm-abonnement? Wat is krediet en wanneer kan dit zinvol zijn? Hoe met weinig centen je kot of woning inrichten?

[www.allesovercenten.be](http://www.allesovercenten.be)

### Inhoud

- De indeling van de supermarkt: niets is toeval! 3
- Ik koop (niet) dus ik ben (niet)? 4
- Ondertekenen niet om het even wat! 5
- 2 + 1 gratis: altijd voordelig? 7
- Koppelerkoop: laat je niet vangen! 8
- 'Gratis' apps en games die duur kunnen uitvallen? 10
- Gemakkelijk krediet, verslik je niet! 11
- Online oplichting: pas op! 13
- Reclame: niemand ontkomt eraan 15
- Namaak: ga toch maar voor het origineel! 16

# DE INDELING VAN DE SUPERMARKT: NIETS IS TOEVAL!

Heb je ooit al eens gemerkt dat veel supermarkten op elkaar lijken? Heb je het gevoel dat jouw koopgedrag vaak wordt beïnvloed? Stap je de winkel ook wel eens buiten met producten die je niet nodig hebt?

Dat is geen toeval. Supermarkten halen alles uit de kast om consumenten tot zoveel mogelijk aankopen te verleiden. Zonder dat je het beseft, word je aangezet tot aankopen die je niet gepland had.

De meeste supermarkten beginnen met de 'groenten en fruit'- afdeling. De frisse en kleurrijke afdeling doet je je meteen goed voelen. Iets gezonds in de winkelkar zien liggen, zorgt ervoor dat je ook wel één of meerdere zoete dingen durft te kopen, zonder schuldgevoel. De winkel laat op zijn beurt ook zien dat er verse producten zijn, wat zeer positief overkomt.

Meestal zijn supermarkten ingedeeld per dagdeel. Na de groenten en fruit, komt men vaak het vlees en vis tegen om daarna andere dingen aan te bieden om het avondmaal te vervolledigen. Deze indeling stimuleert je onbewust om een betere en snellere keuze te kunnen maken.



Alledaagse producten zoals melk, water, toiletpapier, ... staan vaak eerder achteraan in de winkel. Wanneer je deze producten nodig hebt, moet je heel de winkel door en is de kans groter dat je onderweg toch ook nog iets anders koopt.

Je zal ook misschien al opgemerkt hebben dat de merkproducten op ooghoogte staan en de goedkopere of witte producten eerder onderaan in de rekken terug te vinden zijn. Dit is uiteraard bewust door de supermarkt gedaan. De producten waar de winkel het meest aan verdient, vind je op ooghoogte.

De meest populaire producten staan in het midden van het gangpad. Ook hierdoor word je als consument verplicht om het gangpad in te lopen en bestaat de kans dat je andere producten bij in de winkelkar legt.

Ook aan de kassa onderneemt men extra inspanningen om consumenten te verleiden. Snoep, speelgoed, boekjes, ... worden aan de kassa tentoongesteld. Dit is slim gezien. Wanneer je staat te wachten, kan je je nog snel bedenken en

een snoepje mee grabbelen. Ook voor ouders met kinderen is dit een extra beproeving.

Als laatste gebruikt men ook kleuren, geuren en muziek om op de emoties van consumenten in te spelen.

Hoe kan je hier nu aan weerstaan? Hoe voorkom je dat je met extra boodschappen de deur uitgaat?

- Werk altijd met een boodschappenlijstje. Noteer vooraf grondig welke boodschappen je nodig hebt en wijk hier in de winkel niet van af. Vermijd impulsaankopen.
- Ga winkelen met een volle maag. Als je honger hebt, heb je de neiging om meer te kopen.
- Laat de kinderen thuis of spreek op voorhand duidelijk af wat kan en wat niet.
- Plan je inkopen zoveel mogelijk. Zo hoef je niet dagelijks naar de winkel.
- Indien je niet veel nodig hebt, vermijd dan het gebruik van een winkelkar. Hoe meer plek je hebt, hoe meer je mee kan nemen. Vaak vind je in de winkel ook kleinere mandjes terug.



## IK KOOP (NIET) DUS IK BEN (NIET)?

Een vraag waar we soms mee geconfronteerd worden is ‘wie ben ik?’ Al dan niet bewust nemen we verschillende sociale rollen op. Zo zijn we dochter of zoon, zus of broer, vrouw of man, vader of moeder, verkoper, arbeider, ... .

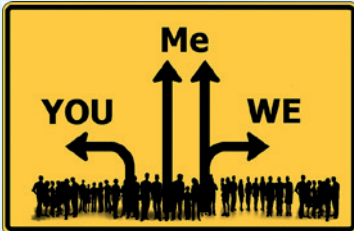
Voor sommige aspecten van onze identiteit kunnen we kiezen. Deze zorgen ervoor dat we tot een bepaalde (sub)groep horen. Zo kunnen we voetballer, student, volleyballer, turnster, emo, grunger, hipster, gitarist, ... zijn.

We zijn allemaal sociale wezens. Het is dan ook normaal dat je de behoefte hebt om bij een bepaalde groep te kunnen horen. Je bent je er niet altijd van



bewust, maar om bij een bepaalde groep te kunnen horen, moet je beantwoorden aan vereisten. Zo moet je voldoen aan kledingvoorschriften, moet je op een bepaalde manier gedragen en moet je beschikken over de juiste accessoires.

Zo moet je als student een studentenkaart, schoolboeken en in sommige scholen zelfs een uniform in bezit hebben. De directeur van een bedrijf zal op zijn manier een auto aanschaffen die gelinkt is aan status en betrouwbaarheid. Hij verschaft door het aankopen van deze auto automatisch een bepaald aanzien. In de andere richting kan dit ook werken. Wanneer je in armoede leeft, kan je dit proberen te verdoezelen door enkele 'statussymbolen' aan te kopen zoals een dure smartphone.



De reclamewereld stelt je hier voortdurend op de proef. Ze proberen om producten bepaalde waarden toe te eigenen die inspelen op je identiteit en emoties.

### Tips om bewuste aankopen te doen:

- Vraag jezelf af welke waarde je linkt aan een aankoop of merk.
- Bedenk een creatief alternatief voor een dure aankoop.
- Blijf jezelf!
- Gebruik [www.budgetplanner.be](http://www.budgetplanner.be) om na te gaan of je budget hebt voor een duurdere aankoop.

ONDERTEKEN NIET OM HET EVEN WAT !

de kleine lettertjes

**DAG ZONDER KREDIET**

LAATSTE ZATERDAG VAN NOVEMBER

[www.dagzonderkrediet.be](http://www.dagzonderkrediet.be)

## ONDERTEKEN NIET OM HET EVEN WAT!

Je 18<sup>de</sup> verjaardag opent heel wat nieuwe deuren, ook op juridisch vlak. Vanaf nu kan je zonder toestemming van je ouders allerlei contracten aangaan: een woning huren, een auto kopen, een internetabonnement afsluiten, geld lenen bij de bank,

...

Dat klinkt heel tof, maar bij dit recht horen ook plichten. Bij elk contract dat je afsluit, verbind je je automatisch aan enkele afspraken. Als je die niet nakomt, kunnen de kosten behoorlijk oplopen!

Omdat een verwittigde man/vrouw er twee waard is, zetten we hieronder enkele tips op een rijtje.

## Vermijd de grote gevolgen van kleine lettertjes

Alvorens je jouw handtekening onder een contract plaatst, bijvoorbeeld bij het afsluiten van een abonnement, lees je best de algemene voorwaarden goed door. Dat klinkt heel logisch, niet?

Toch stellen we vast dat heel wat mensen dit niet doen: het gaat vaak om meerdere pagina's tekst, in moeilijke taal én in een lettertype waarbij je haast een vergrootglas moet bovenhalen... Hoewel het op het eerste zicht tijdverspilling lijkt, loont het toch de moeite om die kleine lettertjes onder de loep te nemen: zo kom je achteraf niet voor verrassingen en bijkomende kosten te staan!

Probeer in elk geval op zoek te gaan naar de volgende info:

- Welke kosten zijn verbonden aan de aankoop, het abonnement, de wedstrijddeelname, ... ?
- Hoe lang loopt het contract, wat moet je doen als je jouw contract wil opzeggen of het product dat je aankocht wil inruilen?
- Welke bijkomende kosten of boetes worden aangerekend als je laattijdig of niet betaalt?
- Men gaat er van uit dat je dit allemaal weet. Teken dus niet zomaar een contract en schrijf er zeker geen "Gelezen en goedgekeurd" bij als dit niet gebeurd is!

## Hou je ogen en oren open, ook bij online aankopen

Op internet gaat het soms nog sneller! Die ene klik op "Ik ga akkoord" betekent echter net zoveel als je handtekening plaatsen en veronderstelt even goed dat je de algemene voorwaarden hebt gelezen en dat je die goedkeurt. Wees dus alert en kijk ook hier uit naar mogelijke addertjes onder het gras.

Op zoek naar een overzicht met tips voor veilig online shoppen, lees de tips op [Wikifin.be](http://Wikifin.be)

## 2 + 1 GRATIS: ALTIJD VOORDELIG?

Deze deal lijkt altijd voordelig. Je koopt twee T-shirts en je krijgt er een derde gratis bovenop. Gelijkaardig is een aanbod waarbij je een tweede of derde product met een percentage korting kan kopen.

Maar wat als je maar één T-shirt nodig hebt? En is de prijs van de twee T-shirts echt zo veel voordeliger dan wanneer je voor een ander T-shirt zou kiezen?



Een ander voorbeeld: bij de aankoop van twee kilo bananen, krijg je een derde kilo gratis. Interessant! Maar krijg je deze hoeveelheid wel in je eentje op? Misschien is één kilo wel meer dan genoeg en moet je de overige weggooien...



Winkels verkopen graag en veel. Wanneer ze drie producten aanbieden voor de prijs van twee, hebben ze meer producten verkocht dan wanneer ze de producten apart verkopen. Denk altijd eerst na of je wel drie dezelfde producten nodig hebt en of de gezamenlijke prijs inderdaad zoveel voordeliger is. Als je kan, ga altijd de prijs per stuk of per kilo na.

## KOPPELVERKOOP: LAAT JE NIET VANGEN!

Wil je die nieuwe smartphone voor een prikje? Wil je genieten van een smart-tv, maar heb je daar de centen niet voor? Dan lijkt 'koppelverkoop' jou misschien de beste oplossing. Maar is dit wel zo?

We worden dagelijks overspoeld door interessante aanbiedingen en promoties. Overstappen van het ene aanbod naar het andere was nog nooit zo makkelijk. Bedrijven zijn daarom op zoek naar manieren om mensen voor een langere tijd aan hun producten en diensten te verbinden. Het gebruik van 'koppelverkoop' speelt daar handig op in.

Men spreekt van koppelverkoop wanneer je een bepaald product alleen kan aankopen of verkrijgen als je er een ander product of dienst bijkoopt. Het klassieke voorbeeld hierbij is de verkoop van dure smartphones aan een zeer lage prijs, op voorwaarde dat je er een duur abonnement van 12 of soms zelfs 24 maanden bij een bepaalde provider bij afsluit.

De reden waarom mensen voor zo'n aanbod kiezen, is omdat een duur product, op het eerste zicht, goedkoop kan worden aangeschaft. Op korte termijn levert het dus niets dan voordelen op. Maar is dit ook zo op langere termijn?

*Twijfel je of je een verlengde garantie of een verzekering voor je smartphone erbij moet nemen? Lees hierover meer op [Wikifin.be](http://Wikifin.be) onder de rubriek [verzekeren](#).*



Het voorbeeld van de smartphone met abonnement leert ons dat de abonnementen die in dergelijke gevallen worden afgesloten, relatief duur zijn en dus vaak duurder zijn dan jouw werkelijke verbruik. Met andere woorden: je zal, in veel gevallen, maandelijks veel meer betalen dan je werkelijk verbruikt. Aangezien het over langdurige abonnementen gaat, wordt je 'goedkope' smartphone op het einde van de rit toch dubbel en dik betaald. Bovendien kan zo een langdurend abonnement niet zomaar worden opgezegd wanneer je wilt. En wens

je dit toch te doen, dan zal je hiervoor vaak nog stevig in je portefeuille moeten tasten.



## Enkele tips:

- Een duur toestel voor een spotprijs houdt vaak een engagement op lange termijn in: lees alle voorwaarden goed na en ontdek waarom het toestel zo goedkoop wordt aangeboden.
- Tel het bedrag van het toestel op met het totaalbedrag aan abonnementsgeld dat je over de volledige periode zal betalen, en hou rekening met je verbruik.

## Een voorbeeld:

1. Je kan een smartphone krijgen aan 100 euro die anders 600 euro kost. Je moet hiervoor in ruil wel een abonnement afsluiten van 2 jaar aan 60 euro/maand, wat 1440 euro kost. De totale kost overheen 2 jaar is dus  $(100 + 1440 =) 1540$  euro.
2. Eigenlijk bel en surf je niet zoveel met je smartphone en volstaat voor jouw verbruik een abonnement van 20 euro/maand. Voor een periode van 2 jaar kost dit abonnement jou 480 euro. Koop je dan dezelfde smartphone zonder korting voor 600 euro, dan zal je overheen 2 jaar  $(480 + 600) 1080$  euro voor je smartphone en abonnement hebben betaald.
3. Maak de rekensom: in dit voorbeeld betekent kiezen voor '500 euro korting op je smartphone' overheen 2 jaar een extra kost van  $(1540 - 1080 =) 460$  euro!! Je had in dit geval beter die smartphone met korting, en bijhorend abonnement, niet gekocht.

**Denk dus goed na, voor je beslist!**



# 'GRATIS' APPS EN GAMES DIE DUUR KUNNEN UITVALLEN

Heel wat games en apps voor je smartphone of tablet kan je gratis downloaden en dan gebruiken of spelen. Super toch?! Vaak is het evenwel ook de bedoeling van deze games en apps om je uiteindelijk te doen betalen.



Dit zogenaamde 'freemium-model' werkt als volgt: je verkrijgt in eerste instantie volledig gratis een app of game maar deze kan je niet 'ten volle' gebruiken of spelen. Pas wanneer je nadien bepaalde 'in-app aankopen' doet, die betaald moeten worden, zal je de app of de game volledig kunnen gebruiken. Deze betaling wordt dan afgerekend via je GSM-factuur of de VISA-kaart die bijvoorbeeld aan je iTunes-account voor Apple verbonden is.

## Enkele voorbeelden:

- Beperken van functionaliteiten (door gratis enkel een lichtere versie van een programma aan te bieden, bijvoorbeeld zonder 'bewaarfunctie', of bijvoorbeeld door bij Skype de mogelijkheid om groeps gesprekken te verrichten te ontnemen in de gratis versie).
- Opslag beperken (bijvoorbeeld bij Microsoft OneDrive door de opslag te beperken tot 7 GB in de gratis versie waardoor je dus moet bijbetalen voor meer opslagruimte).
- Ondersteuning beperken (bijvoorbeeld dat alleen de mensen die hebben betaald voor de dienst of het product volledige ondersteuning via een helpdesk krijgen).
- Tijd van gebruik inkorten (bijvoorbeeld bij Spotify waar de niet-betalende gebruiker tussen een aantal muziekjes door reclame hoort).

Bij games gaat het over het aankopen van 'extra tijd om een level te vervolledigen', 'bijzondere items en/of wapens' enzovoort. Ook betalen voor een 'reclame-vrije versie' van een spel wordt vaak aangeboden.

Controversieel is dat dit verdienmodel ook verwerkt is in veel games die door jonge kinderen worden gespeeld. Die hebben vaak niet door dat ze echt geld aan het uitgeven zijn tijdens zo een spel. Weten ze je wachtwoord of zijn de instellingen van je smartphone of tablet zo ingesteld dat voor dergelijke aankopen geen wachtwoord moet worden ingegeven? Dan kan zo'n spelletje je flink op kosten jagen.

Wil je voorkomen dat iemand anders (kleine broer of zus, een neef of nicht, een vriend) via jouw smartphone of tablet dergelijke 'in-app aankopen' doet, pas dan de instellingen van je toestel aan op dit vlak:

- **iOS:** om deze mogelijkheid volledig uit te schakelen: ga naar Instellingen > Algemeen > Beperkingen > Schakel beperkingen in > voer een code in > zet 'Kopen vanuit apps' uit.
- **iOS:** om deze mogelijkheid te beperken zodat steeds een wachtwoord moet worden ingegeven of wanneer de laatste aankoop meer dan 15 minuten geleden was: ga naar Instellingen > Algemeen > Beperkingen > Schakel beperkingen in > voer code in > Wachtwoordinstellingen > Vereis altijd of Vereis na 15 minuten.
- **Android:** om deze mogelijkheid te beperken zodat steeds een wachtwoord vereist is: ga naar Play Store > tik op de menuknop links bovenin > Instellingen > Verificatie vereisen voor aankopen > Voor alle aankopen via Google Play op dit apparaat.
- **Windows Mobile:** om deze mogelijkheid te beperken zodat steeds een wachtwoord vereist is: ga naar Store > tik op de menuknop links bovenin > Mijn aankoopervaring stroomlijnen > zet de schakelaar UIT

## GEMAKKELIJK KREDIET, VERSLIK JE NIET!

Een krediet of een lening kan nuttig zijn, maar zorg ervoor dat je niet teveel moet afbetalen per maand. Lenen om een huis of een auto te betalen is anders dan lenen voor een televisie. Toch merken we dat een krediet voor kleinere aankopen zoals een televisie of een computer, meer en meer voorkomt. In bijna elke supermarkt of winkelketen kan je tegenwoordig een kredietkaart krijgen. Wees extra voorzichtig met deze kredietkaarten. Het verschil met een lening op afbetaling is dat je steeds het geleende bedrag opnieuw kan gebruiken. Dat is verleidelijk. Zeker op het einde van de maand als je budget bijna op is en je het opgenomen bedrag pas volgende maand moet terugbetalen.

*Zeker op het einde van de maand als je **budget** bijna op is en je het opgenomen bedrag pas volgende maand moet terugbetalen.*

Met deze kaarten geef je echter snel meer uit dan je beseft en de interesten kunnen zeer hoog oplopen! Bovendien moet je het ontleende bedrag vroeger of later, bijvoorbeeld na 30 maanden, in één keer terugbetalen. Gebruik [kredietkaarten](#) dus alleen als het echt niet anders kan.



- Meestal is het beter om eerst te sparen en dan te kopen.
- Neem geen impulsieve beslissing voor een krediet. Laat je niet verleiden door verkooppraatjes en reclame. Vraag informatie en denk er goed over na. Lees de checklist "[Verantwoord lenen](#)" op Wikifin.be
- Houd altijd rekening met de interesten die erbij komen. Je betaalt veel meer terug dan het geleende bedrag.
- Ga in geen geval een krediet aan om andere kredieten af te betalen! Als je financiële problemen hebt, zoek dan hulp via [www.eerstehulpbijschulden.be](http://www.eerstehulpbijschulden.be)



## **ONLINE OPLICHTING: PAS OP!**

Er gebeurt heel wat fraude via het internet. Onder meer via datingsites en sociale media proberen oplichters contacten te leggen en geld af te troggelen van mensen die op zoek zijn naar vriendschap of liefde.

Vriendschapsfraude is een manier van oplichting waarbij vreemden via het internet mannen of vrouwen contacteren voor een vriendschapsrelatie. Eens het vertrouwen is gegroeid, blijken hun bedoelingen anders te zijn en beginnen ze geld te vragen.

Deze manier van fraude komt steeds vaker voor. Het is belangrijk om voldoende op je hoede te zijn wanneer je in contact komt met nieuwe mensen via het internet.

Hoe kan je oplichters ontmaskeren? Een aantal verdachte uitspraken/handelingen kunnen hen ontmaskeren voor het te laat is. We zetten de belangrijkste op een rij:

### **De oplichter is niet wie hij is**

Dit soort oplichters is vaak te herkennen aan het profiel dat ze aanmaken. Vaak zijn het zogezegd soldaten op missie in oorlogsgebieden, rondreizende zakenmannen of familieleden van een president of een koning. Hun namen en foto's zijn vervalst. Zo kan het zijn dat achter die foto van een mooie vrouw of man een criminele bende chatgesprekken met jou voert en jou in de waan laat dat ze enkel vriendschap of liefde zoeken.

Twijfel je aan de echtheid van de foto, zoek dan alvast via internet meer informatie. Als je dezelfde foto verschillende keren tegenkomt met verschillende namen erbij, dan heb je “prijs”.

### **Wantrouw snelle overschakeling naar sociale media**

Oplichters vragen vrij snel over te schakelen op andere chatsites of sociale media. Of ze vragen je e-mailadres. Een kijkje op hun profiel kan vaak al alarmbellen doen rinkelen. Als ze bijvoorbeeld bevriend zijn met een heleboel mensen uit verschillende delen van de wereld.

## Wie geld vraagt, is verdacht

Eenmaal er een hechtere vriendschapsband is ontstaan via de chatgesprekken zullen de oplichters geld beginnen vragen, bijvoorbeeld voor een vliegtuigticket zodat ze je kunnen komen bezoeken of soms proberen ze geld in te zamelen voor noodlijdende kinderen in de oorlogsgebieden waar ze zagezegd vertoeven.



## Wantrouw anonieme overschrijvingen

Wees erg op je hoede als je gevraagd wordt om geld via een anonieme manier over te schrijven, zoals via Western Union of Moneygram, en niet via een internationale overschrijving. Op die manier kan je namelijk achteraf niet controleren op welk soort rekening het geld gestort is. Dat is een extra teken dat er iets aan de hand is.

Tip: oplichting via internet gebeurt in veel verschillende vormen. Meestal is deze fraude vluchtig! De ene week zullen fraudeurs je proberen doen betalen voor een onbestaand product, de andere week zal men je overhalen te storten op een rekening voor het goede doel. De 'pasoplichting'-pagina van de FOD economie via Facebook geeft je alle recente informatie.

<https://www.facebook.com/Pasoplichting>



[http://economie.fgov.be/nl/consument/Internet/elektronische\\_handel/campagne\\_e\\_shop\\_defense/goede\\_praktijken/](http://economie.fgov.be/nl/consument/Internet/elektronische_handel/campagne_e_shop_defense/goede_praktijken/)

# RECLAME: NIEMAND ONTKOMT ERAAN

Iedereen wordt elke dag geconfronteerd met zeer veel reclame. Dit gebeurt zowel bewust als onbewust. Reclame op radio en televisie beleef je eerder bewust, wat ook effectief het doel is. Er wordt namelijk heel goed rekening gehouden met het tijdstip en de programma's waartussen de reclames worden getoond. Je zal 's morgens veel kortere reclameblokken zien dan 's avonds, wanneer er veel meer kijkers voor de buis zitten. Ook zal de reclame voor producten voor kinderen getoond worden tussen kinderprogramma's en op tijdstippen dat kinderen nog televisie kijken.



Maar ook via televisie worden we onbewust blootgesteld aan reclame! Denk maar aan de merkproducten die duidelijk getoond worden in onze favoriete programma's. Heb je er al op gelet dat bepaalde merken in beeld komen in het interieur van een serie of kookprogramma?

Andere reclame beleef je eerder onbewust. Denk maar aan de reclame via internet en reclame die je op je smartphone of tablet tegenkomt. Op elke site die je bezoekt verschijnt er immers reclame. Die reclame staat er niet zomaar, maar is gebaseerd op je laatste zoekopdrachten en veel bezochte sites. Denk maar aan de schoenen die je online gezocht hebt of de reis die je online hebt geboekt. Ze blijven je achtervolgen in reclameboodschappen!

Nog een handig trucje van reclamemakers is de muziek die gekoppeld wordt aan reclame. Het klinkt goed en blijft hangen in je hoofd. Zo wordt het product ook bekend voor de consument en wordt het opnieuw sneller in het winkelmandje gelegd. Soms werkt men met bestaande muziek, soms werkt men zelf deuntjes uit die goed blijven hangen. Denk maar aan 'I just wanna make love to you' in de reclame voor Coca Cola light of het deuntje van 'Carglass herstelt, Carglass vervangt'. Herkenbare deuntjes gekoppeld aan producten zullen veel sneller aangekocht worden, net door de herkenbaarheid bij de consument.



Onderzoek geeft aan dat we makkelijk tot 300 keer per dag geconfronteerd worden met reclame. Hierbij zit ook veel 'subtiel' reclame: we beseffen het

niet maar we hebben het wel gezien of gehoord en onbewust opgeslagen. Denk maar aan alle reclame die je dagelijks ziet op bussen en trams, aan bushaltes, langs de weg... Misschien denk je zoals veel mensen dat reclame jou niet beïnvloedt. Maar onderzoek geeft aan dat iedereen zich onbewust laat leiden door reclame. Wees dus op je hoede!

## **NAMAAK: GA TOCH MAAR VOOR HET ORIGINEEL!**

Veel goederen worden nagemaakt en verkocht als 'echte' merken. Bekende producten op de 'valse markt' zijn: kledij, handtassen, sigaretten, cd's, juwelen, parfum... Maar ook minder voor de hand liggende producten zoals medicijnen, cosmetica, voeding, wasproducten en dergelijke worden vervalst!

Hoe kan je namaakgoederen vaak herkennen?

- De abnormaal lage prijs
- Slechte kwaliteit en afwerking van het product
- Spelfouten op de verpakking en op de handleiding
- De ongewone verkooppunten en verkoop 'in het zwart'

Soms is namaak bijna niet te onderscheiden van het originele product. Daarom een goede raad: koop je goederen via officiële verkoopkanalen! Twijfel je aan de echtheid van het product, probeer dan na te gaan of je het bij het rechte eind hebt vooraleer je tot een aankoop over gaat. Het bewust aankopen van namaakgoederen is bovendien ook strafbaar. Je hebt dus alle redenen om waakzaam te zijn.



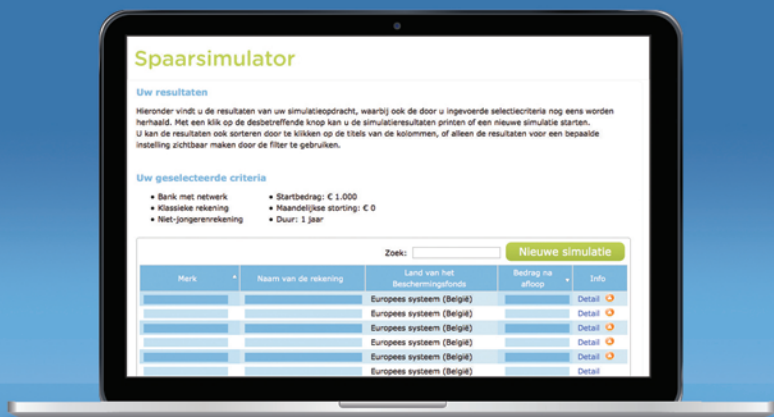






# IS JOUW SPAARREKENING DE MEEST INTERESSANTE ?

Controleer snel met de Wikifin.be Spaarsimulator!



# wikifin.be

voor uw vragen over geld  
onafhankelijk • betrouwbaar • handig



Onze emoties sturen voor een groot deel wat we kopen en adverteerders spelen hier graag op in. Vooral het woord “gratis” roept bij consumenten sterke emoties op, waardoor zij het gratis product veel waardevoller inschatten en eventuele nadelen van de aankoop over het hoofd zien.

Deze folder wil wijzen op de mogelijke valkuilen van “gratis” aanbiedingen en tegen de risico's van zogenaamde “0 %” kredieten. Ook wil het inzicht bieden in de mechanismen die vaak schuil gaan achter bepaalde marketingtechnieken. Verder is er aandacht voor andere aanbiedingen die “**Te mooi om waar te zijn!**” en in de realiteit niet anders dan vals kunnen zijn.

