



## ONLINE ONTSLUITEN VAN ONDERZOEK

---

NAAM: LENNART BOVEN

**ONLINE ADVERTEREN: EEN EXPERIMENTEEL ONDERZOEK NAAR DE EFFECTEN VAN ANIMATIE EN RETORISCHE VRAGEN IN BANNERS.**

Scriptie, Communicatiewetenschappen  
Bedrijfscommunicatie en Digitale Media  
Universiteit van Tilburg, april 2006

### **ONDERWERP/PROBLEEMSTELLING**

Doordat steeds meer mensen vaker en langer *online* zijn, is het internet een meer dan interessant medium voor adverteerders. Vrijwel elke website bevat tegenwoordig dan ook reclame. De consument is deze advertenties liever kwijt dan rijk maar uit omzetcijfers blijkt dat adverteren via het web loont. Er is vanuit de reclame-industrie dan ook veel vraag naar onderzoek over effectief online adverteren om de aandacht van de consument op positieve wijze te vangen. Dit onderzoek gaat in op enkele van de vragen. **'Wat zijn de effecten (op aandacht, geheugen, *attitude toward the ad & click-through intention*) van animatie en retorische vragen in banners?'**

### **Over de auteur**

Na het afronden van mijn VWO aan het Mondriaan College te Oss, begon ik aan een vierjarige studie aan de Universiteit van Tilburg. Door mijn interesse in en kennis van computers (ik bouw bijvoorbeeld zelf websites) en mijn taalgevoel was de studie Communicatie- en informatiewetenschappen aan de toenmalige Faculteit der Letteren mij op het lijf geschreven.

Ik heb een bijbaan als onderwijsassistent bij het ROC (De Leijgraaf) in Oss. Mijn werkzaamheden bestaan voornamelijk uit het ondersteunen van de NT2-studenten bij het gebruik van de computer. Verder maak ik de studenten bijvoorbeeld wegwijs in bepaalde computerprogramma's waarmee ze zich de Nederlandse taal machtig kunnen maken.

In mijn vrije tijd speel ik in een voetbalteam (RKSV Margriet 6), wat ikzelf heb opgezet en leid. Ook de website ([www.supermeeuwfc.nl](http://www.supermeeuwfc.nl)) van het team is in mijn beheer.