

Juist de reclame die objectief en informerend overkomt, is daarom gewaardeerd. Reclame is altijd activerend, dus zowel informerend, als overtuigend en activerend. En daarnaast is de informatie niet volledig.

Niemand kan zich echt afsluiten voor de effecten van reclame. Maar je kunt jezelf wel beschermen. Hoe? Door altijd verder te informeren.

- Vraag naar objectieve productinformatie.
- Lees de bijsluiters.
- Zoek nadere informatie op het internet.

Je kunt op het internet snel gebruikersinformatie vinden. Je kunt als volgt gericht zoeken of mensen negatieve ervaringen hebben met een product. Je typt in de zoekmachine: 'klachten over (en dan de naam van het product)'. Vermeld het serienummer als het om elektronica gaat.



Reclame op straat

26.5 Geld tekort

Geld uitgeven is leuk en gemakkelijk. Veel mensen merken aan het einde van de maand dat ze het maar nét redden, of net niet. De meeste mensen lachen uit herkenning als iemand aan het einde van de maand bij de supermarkt zijn portemonnee omkeert, en dan een paar artikelen moet teruggeven. Als het tekort groter wordt, kun je geleidelijk schulden opbouwen. Als die te groot worden, kom je in de schuldhulpverlening terecht.

Schulden en schuldhulpverlening:

- schulden opbouwen
- schuldhulpverlening

26-5

26.5.1 Schulden opbouwen

Geld tekort komen, vraagt om budgetteren. Kleine schulden moet je echt direct oplossen. Als je dat niet doet, blijft het probleem terugkomen. Sommige mensen gaan lenen, of kopen op afbetaling. Zo kunnen de problemen groter worden. Beter is het om bijtijds ondersteuning te zoeken voordat de problemen echt groot worden.

Schulden opbouwen:

- lenen
- kopen op afbetaling
- ondersteuning

26-6