

Frituuruitbaters boos om afslankreclame op bodem frietbakje - 11/02/2004

Als je bij Frituur Erik op de Waalse Kaai in Antwerpen een pakje friet gaat eten, wacht je bij de laatste hap een confronterende verrassing. In vette letters staat op de bodem van het frietbakje „www.afslanken.be" gedrukt. Reclamebureau '10' test bij Erik een reclamestunt uit voor Herbalife, een Amerikaans bedrijf dat via het internet allerhande afslankpillen verkoopt. Collega-frituuruitbaters reageren geërgerd: „Dat is stielbederf"

„Het is een beetje zoals op een champagnefles het nummer van de AA afdrukken", zegt Bernard Lefevre van *Best Frit* uit Geel dat kwaliteitslabels aan frituren uitreikt en opleidingen organiseert. „Het bederft het plezier, alsof je je schuldig moet voelen na een lekker pakje friet. Het bakje komt er in mijn frituur niet in."

Geen nadeel

Bij het reclamebureau willen ze met het frietbakje duidelijk inspelen op het volle buik-gevoel. Barbele Walraet van *10*: „Ons bureau ligt om de hoek van de Frituur Erik. Omdat we daar wel eens eten stapten we met het idee naar hem. Als je te veel hebt gegeten, denk je soms *nooit eet ik nog frieten*. Met dat onbehaaglijk gevoel wilden we ludiek iets doen. De reacties van de klanten? Weinig uitgesproken, maar we zien wel dat de website meer bezocht wordt dan voordien. We zijn zelf met het reclame-idee komen aanzetten, wij hebben het Amerikaanse Herbalife gecontacteerd en zij gingen akkoord. We gaan het proefproject nu uitbreiden naar meerdere friethuizen. En voor alle duidelijkheid: de inkt is eetbaar."

Vraag blijft of de frituuruitbater niet in eigen vlees snijdt met deze antireclame. De uitbater van Frituur Erik wil ons van in zijn Spaanse vakantieoord niet lang te woord staan. „Wij maken vrijwillig reclame, bij wijze van experiment. We zien wel wat het geeft. Nadelen hebben we er nog niet van ondervonden."

Eén keer per week

Volgens zijn plaatsvervangende frietjesbakker reageren de klanten hoogstens wat verrast of lacherig. Maar uitbaters van concurrerende frituren vragen zich intussen af waar het ludieke element zit. Jim Kempnaers, al 10 jaar uitbater van frituur *Den Hoek* aan de Antwerpse Anselmostraat: „Een stielbederver is hij. Iedereen weet toch dat frietjes calorieën bevatten. Iedere *goede Belg* weet dat één keer frieten per week de gezondheid niet echt schaadt. Dat je reclame maakt op de bodem van een pak frieten vind ik eigenlijk nog een goed idee, maar toch niet voor afslanken? Dat gaat rechtstreeks in tegen onze broodwinning."

Daar komt nog bij dat de wereldwijd vertakte firma Herbalife geen onbesproken verleden heeft. Test Aankoop had in 2002 nog zware kritiek op de verkoopstructuur via onafhankelijke verkopers die vooral uit geldgewin zo veel mogelijk maaltijdvervangende afslankproducten en „shakes" aan de man zouden proberen te brengen.

door Katrien DE MEYER