



Panteia

Research to Progress

Research voor Beleid | EIM | NEA | IOO | Stratus | IPM



Voedingsreclame gericht op kinderen Monitor 2017

**Bijlageboek:
geïnterviewde advertenties en reclames**

Zoetermeer, december 2017

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij Panteia. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van Panteia. Panteia aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with Panteia. Quoting numbers or text in papers, essays and books is permitted only when the source is clearly mentioned. No part of this publication may be copied and/or published in any form or by any means, or stored in a retrieval system, without the prior written permission of Panteia. Panteia does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
2	Televisie	5
3	Online TV	8
4	Printmedia	11
4.1	Advertenties	11
4.2	Advertorials en sluikreclame	14
5	Websites	17
5.1	Inhoud, inrichting en context gericht op kinderen	17
5.2	Inhoud gericht op kinderen, inrichting en context niet	26
5.3	Inhoud niet gericht op kinderen, inrichting en context wel	31
6	Sociale media	34
6.1	Facebook	34
6.2	Instagram	43
6.3	Youtube	45
6.4	Pinterest	48
6.5	Google+	48
7	YouTube en vloggers	49
7.1	Reclame voor de vlog	49
7.2	Reclame tijdens de vlog	51
7.3	Bannerreclames	54
7.4	Gebruik van eten of drinken door vloggers zelf	55



1 Inleiding

In deze aparte bijlage bij het rapport "Monitor voedingsreclame gericht op kinderen 2017" zijn afbeeldingen (foto's, screenshots) opgenomen van de reclames die in het rapport zijn aangeduid als:

- Reclames die voldoen aan de criteria van de NRC, maar niet die van het voedingscentrum of wanneer er twijfel bestaat over de mate waarin een reclame voldoet aan de eisen van de NRC, omdat de doelgroep niet duidelijk is gedefinieerd.
- Reclames die waarschijnlijk niet voldoen aan de criteria van de NRC, noch aan die van het voedingscentrum.

Achtereenvolgens komen beelden uit de volgende media aan bod:

- Televisie
- Online TV
- Printmedia
- Websites
- Sociale media
- YouTube en vloggers

Van bioscoopreclame en reclame in apps zijn geen beelden beschikbaar.



2 Televisie

Kellogg's Coco Pops	
Locatie van reclame gericht op kinderen	TV zender Nickelodeon, o.a. 1 november ochtend/middag en 7 november middag, bijvoorbeeld rondom het programma 'Op weg naar Pakjesavond'
Inhoud/criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	Uitgezonden op een zender gericht op kinderen. De reclame is een computeranimatie met characters.
Doelgroep	0 t/m 12 jaar (kijkwijzer Nickelodeon: alle leeftijden)
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee, te veel suiker
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC, er kan niet uitgesloten worden dat er kinderen van onder de 7 jaar oud kijken en het product voldoet niet aan de voedingskundige criteria.



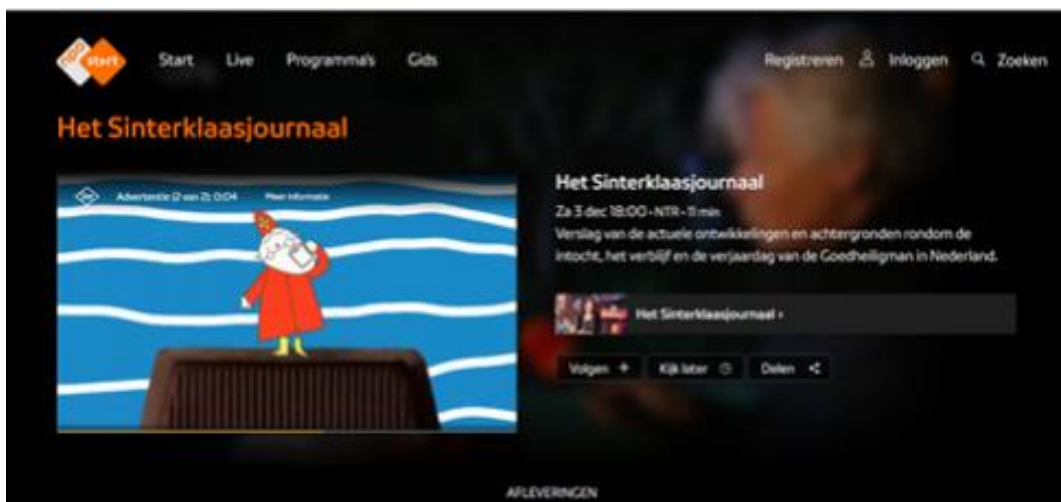


McDonald's Happy Meal	
Locatie van reclame gericht op kinderen	TV zender Nickelodeon, o.a. 1 november ochtend/middag.
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	Uitgezonden op een zender gericht op kinderen. De reclame promoot een product dat specifiek op kinderen van onder de 13 is gericht.
Doelgroep	0 t/m 12 jaar (kijkwijzer Nickelodeon: alle leeftijden)
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Ja/nee: afhankelijk van samenstelling van het Happy Meal (cherrytomaatjes ipv franse frietjes, vers fruit ipv Danootje).
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet wellicht aan de voedingskundige criteria van de NRC (afhankelijk van samenstelling Happy Meal), maar niet aan die van het Voedingscentrum. De doelgroep lijkt echter ook kinderen jonger dan 7 jaar te omvatten. Dit zou een overtreding zijn.



3 Online TV

Hema/chocolademelk	
Locatie van reclame gericht op kinderen	Reclame werd getoond op de website van de NPO, o.a. voor online uitzendingen van: <ul style="list-style-type: none"> • Het Sinterklaasjournaal • Poesjes • SpangaS • Het Klokhuis
Inhoud/criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	Reclame wordt getoond voorafgaand aan kinderprogramma's. In de reclame wordt opgeroepen om na de intocht van Sinterklaas chocolademelk te komen drinken bij de Hema. Ook staat Sinterklaas op een chocoladeletter terwijl hij zijn chocolademelk drinkt. Dit kan een boodschap zijn gericht aan ouders, maar is zeker ook aantrekkelijk voor kinderen.
Doelgroep	Alle leeftijden (kijkwijzer)
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee, er mag geen reclame voor producten gebaseerd op chocolade worden getoond, en sowieso niet aan kinderen jonger dan 7 jaar.
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC



Côte d'Or	
Locatie van reclame gericht op kinderen	Reclame werd getoond op de website van RTL XL, o.a. voor online uitzendingen van: <ul style="list-style-type: none"> Sprookjesboom
Inhoud/criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	Reclame wordt getoond voorafgaand aan kinderprogramma's. In de reclame wordt ingezoomd op vloeibare en vaste chocolade. Côte d'Or wordt daarmee gedurende meerdere seconden verheerlijkt weergegeven, waarna wordt benoemd 'Côte d'Or puur en ongetemd plezier'. Indirect wordt aangespoord tot kopen.
Doelgroep	Alle leeftijden (kijkwijzer)
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee, er mag geen reclame voor producten gebaseerd op chocolade worden getoond, en sowieso niet aan kinderen jonger dan 7 jaar.
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC



Maggi (Taco en Burrito maaltijden)	
Locatie van reclame gericht op kinderen	Reclame werd getoond op de website van RTL XL voor online uitzendingen van: <ul style="list-style-type: none"> • De Sprookjesboom • Sid de Slimmerik
Inhoud/criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	Reclame wordt getoond voorafgaand aan kinderprogramma's. In de reclame wordt aangespoord tot het kopen van kant-en-klare pakjes van MAGGI voor het maken van Taco's en Burrito's.
Doelgroep	Alle leeftijden (kijkwijzer)
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Ja
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk wel aan de voedingskundige criteria van de NRC maar niet die van het Voedingscentrum. De doelgroep lijkt echter ook kinderen jonger dan 7 jaar te omvatten.



4 Printmedia

4.1 Advertenties

Strawberry Bear Yo Yo	
Locatie van reclame gericht op kinderen	Tijdschriften: <ul style="list-style-type: none"> • Wild van Freek (Nr. 1 augustus 2017) • National Geographic Junior (maart 2017, augustus 2017)
Beschrijving/criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	De reclame is gepubliceerd in een tijdschrift voor kinderen onder de 13, en is dus kind gericht.
Doelgroep	Wild van Freek: 7 tot 11 jaar National Geographic Junior: 6 tot 12 jaar
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee, te veel suiker.
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Ja
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Volgens de normen voldoet het product niet aan de voedingskundige criteria van de NRC, het voldoet echter wel aan de criteria van het Voedingscentrum.



Sourcy Water met Fruitsmaakje	
Beschrijving/criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	De reclame zit in een kindertijdschrift gericht op 6 tot 12 jaar, op de producten zijn Disney-characters afgebeeld.
Doelgroep	6 tot 12 jaar
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Ja
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Ja
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Onbekend
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Onbekend
Oordeel	Voldoet wel aan de voedingskundige criteria van de NRC en aan de criteria van het Voedingscentrum. Er worden echter Disney-characters afgebeeld binnen de context van het Disney-gerelateerde tijdschrift. Daardoor is het de vraag of de reclame aan de eis voldoet dat in reclame specifiek gericht op kinderen, een kinderidool niet actief een voedingsmiddel en/of daaraan gerelateerde premiums en diensten mag aanprijzen.



Hands Off My Chocolate Caramel Macchiato	
Locatie van reclame gericht op kinderen	Tijdschrift: KnutselFun (herfst 2016)
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	Product is een vorm van snoep, dat kinderen kunnen winnen. De reclame is gepubliceerd in een tijdschrift gericht op kinderen.
Doelgroep	4 tot 11 jaar (basisschoolleeftijd)
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee, voor chocolade en afgeleide producten mag geen reclame worden gemaakt
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Onbekend
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Onbekend
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC en ook niet aan de criteria van het Voedingscentrum.

HOBBYBLADENSHOP WORDT HOBBYOU

H O E R A

HOBBYOU
SHOP JOUW HOBBY

DE NIEUWE WEBSHOP!

HOBBYOU.NL IS DE WEBSHOP WAAR JIJ TERECHT KUNT VOOR AL JE FAVORIETE HOBBYBLADEN EN -BENODIGDHEDEN. BESTEL TIJDSCHRIFTEN, ONLINE ARTIKELLEN, PATRONEN EN RECEPTEN, BOEK EEN CREATIEVE WORKSHOP OF KOOP EEN COMPLEET (STARTERS)PAKKET VOOR JOUW HOBBY!

De eerste 200 bestellers die boven de €20,- besteden op Hobbyou.nl ontvangen een reep Hands Off My Chocolate - Caramel Macchiato bij hun bestelling! Dat is nog eens een heerlijke verrassing die bij elke hobby van pas komt!

BESTEL NU MET KORTING!
SCHRIJF JE VANDAAG NOG IN VOOR ONZE NIEUWSBRIEF EN ONTVANG 10% KORTING OP JOUW EERSTE BESTELLING OP HOBBYOU.NL!

WWW.HOBBYOU.NL/NIEUWSBRIEF



4.2 Advertorials en sluikreclame

Locatie en doelgroep	Merk en product	Oordeel aan de hand van NRC en Voedingscentrum criteria
Meidenmagazine (10, 2017), Meisjes van 9 tot 14 jaar	<ul style="list-style-type: none"> Oreo's koekjes Tony's Choclonely chocolade Nestlé's Chocolate chips Pringel's Tortilla Chips Albert Heijn Biologische Groente Chips The Jelly Bean Factory Jelly Beans Sunbreaks Sour cream& black pepper 	Deze producten voldoen niet aan de criteria van NRC en ook niet aan de criteria van het Voedingscentrum. Het betreft een redactioneel artikel waarvoor de merken niet hebben betaald.

LEKKER SNACKEN

just fun

Filmavondje? Daar hoort iets lekkers bij! De MEIDEN-redactie testte de grappigste snacks voor jou.

WINNAAR

NESTLÉ CHOCLAIT CHIPS
Eerste gedachte: "Echt bioscoop food." - Jacqueline
Ouders: 9

PROPER CORN SWEET & SALTY
Eerste gedachte: "Mijn verrassende combi." - Joany
Ouders: 8

SUNBREAKS WAVY GRAINS SOUR CREAM & BLACK PEPPER
Eerste gedachte: "Sour cream is een van mijn favo smaken" - Lisa
Ouders: 7

THE JELLY BEAN FACTORY 36 GOURMET FLAVOURS
Eerste gedachte: "Deze laat ik lekker in het rek liggen!" - Brenda
Ouders: 6

DREO STRAWBERRY CHEESECAKE
Eerste gedachte: "De originele Oreo's zijn lekkerder." - Joany
Ouders: 6

PRINGLES TORTILLA CHIPS MACHO CHEESE
Eerste gedachte: "Humm, baas!" - Brenda
Ouders: 7

OH BIOLOGISCHE GROENTECHIPS
Eerste gedachte: "Is dit gezond?" - Lisa
Ouders: 7

TONY'S CHOCOLONELY KNETTERSUIKER, WIT, FRAMBOOS
Eerste gedachte: "Wow, dat knettert!" - Eileen
Ouders: 8

OREO'S
Ouders: 6

PRINGLES TORTILLA CHIPS
Ouders: 7

Wat is jouw favoriete filmsnack? Vertel het ons via Instagram: @meidenmagazineredactie

30



Locatie en doelgroep	Merk en product	Oordeel aan de hand van NRC en Voedingscentrum criteria
Meidenmagazine (03, 2017), Meisjes van 9 tot 14 jaar	<ul style="list-style-type: none"> • Coca Cola • Fernandes Super Pineapple frisdrank • Arizona Green Tea 	Deze producten voldoen niet aan de criteria van NRC en ook niet aan de criteria van het Voedingscentrum. Het betreft een redactioneel artikel waarvoor de merken niet hebben betaald.



Locatie en doelgroep	Merk en product	Oordeel aan de hand van NRC en Voedingscentrum criteria
Kidsweek (Nr. 21 september 2017), 7 tot 12 jaar	<ul style="list-style-type: none"> Schät diepvries croissants Aldi Croissantdeeg Délifrance diepvriesdeeg Albert heijn Roomboter afbakcroissants Danerolles Croissants in blik 	Deze producten lijken niet te voldoen aan de criteria van NRC en ook niet aan de criteria van het Voedingscentrum.

21 SEPTEMBER 2017
TESTTEAM TEST
CROISSANTJES

Met verse croissantjes uit de oven, lijkt het meteen vakantie of feest! Met testteam vond het dus geen enkel probleem om hun tanden in twintig croissantjes te zetten!
Test en foto's: Marit Schuddeboom

Enthousiast ploppen Jolijn en Maura de blikjes met vers deeg open. 'Mag ik ook wat geraspte kaas?' vraagt Jolijn. 'Dat is toch wel het allerlekkerste hoor, zelfgemaakte croissantjes met kaas.' Na zes minuten in de oven kan er jarig op de eerste lading: de afbakcroissants van AH. Heel voer klinkt er niet meer geluid dan gesmak en gekraak. 'Smaakt heerlijk naar jarig', begint Hilde dan te lachen. En dan is het weer stil. 'Maar echt,' zegt Jolijn, 'ik zit hier consues te genieten!' Ook Adriaan en Maura knikken goedkeurend met volle monden. Knapperig, luchtig, lekker.

Dan zijn ook de croissants van Danerolles klaar. Adriaan: 'Ze zijn extra lekker omdat we ze zelf geïmporteerd hebben.' Daar is Jolijn het mee eens. 'Er zit kaas in en liefde, dat proef je. Kaas is ook liefde trouwens.' Met of zonder kaas: het hele testteam geeft deze croissantjes een dikke tien! De ook zelf gemaakte Aldi croissants zijn een beetje zacht maar smaken prima. Bijna denken de testers dat er geen verse croissantjes bestaan. Maar dan krijgen de glutenvrije uit de oven. 'De geur is echt heel vies!' roept Maura uit. Ergens nog, ze smaken zoals ze ruiken. 'Heel boterig en massief', vindt Adriaan. 'Jakkies!' Jolijn: 'Ze moeten echt betere glutenvrije croissants gaan maken. Dit kan niet.' Tot slot proeft het testteam de Déifrance-croissants. Nu klinkt er alleen maar tevreden gesmak en gekraak. Een heerlijk afsluter.

Wij koken thuis vooral croissantjes als het Maand- of Vrijdag is.

Bij croissantjes zien de mensen aan Frankrijk en vakantie.

In mijn afbakcroissantjes altijd open in die dat ik er kaas tussen heb!

1
Schät
Aldi
10 stuks
€ 4,29

Glutenvrije diepvries-croissants, Schät, 4 stuks
- smerige geur
- massief
- smaakt naar bedorven boter

2
Aldi
Croissant
6 stuks
€ 1,29

Croissantdeeg in blik, Aldi, 6 stuks
- je ziet dat ze zelf gemaakt zijn
- grote croissants
- niet zo knapperig

3
Déifrance
6 croissants
€ 2,08

Diepvriescroissants, Déifrance, 6 stuks
+ zien er mooi uit
+ goede roombotersmaak
+ heerlijk knapperig

4
AH
Roomboter afbak-croissants, AH, 4 stuks
€ 1,34

Roomboter afbak-croissants, AH, 4 stuks
+ goede roombotersmaak
+ goed knapperig
+ mooi luchtig

5
Danerolles
10
€ 1,89

TESTWINNAAR!
Croissantdeeg in blik Danerolles, 6 stuks
+ gewoon echt heel erg lekker
+ leuk om goed te knakken
+ luchtig, knapperig



5 Websites

5.1 Inhoud, inrichting en context gericht op kinderen

Crocky Chips	
Locatie van reclame gericht op kinderen	www.crocky.nl
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Op kinderen gerichte vormgeving • Gebruik van characters (papegaaien en Minions) • Fanshop waar producten van de Crocky papegaaien worden aangeboden. • Geïllustreerde aankondiging van Minions-actie (opplak tatoeages in de verpakkingen van Crocky)
Doelgroep	7-12 jaar
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Voedingswaarde niet op de website vermeld, reclame voor chips is echter niet toegestaan (tenzij het een variant met minder zout en vet is, dit is niet expliciet aangegeven)
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC

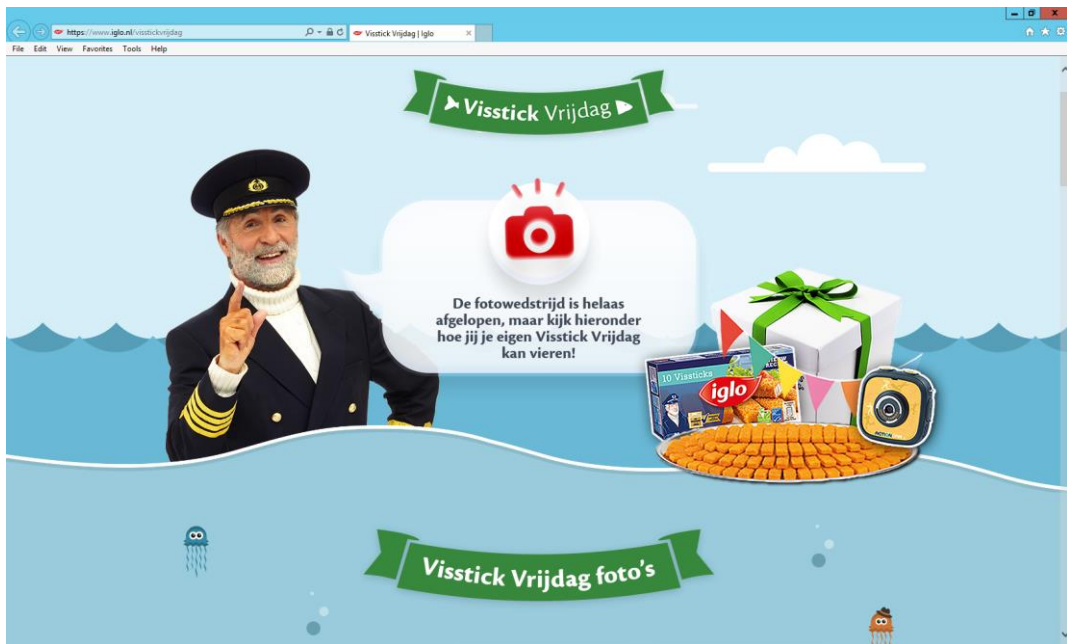


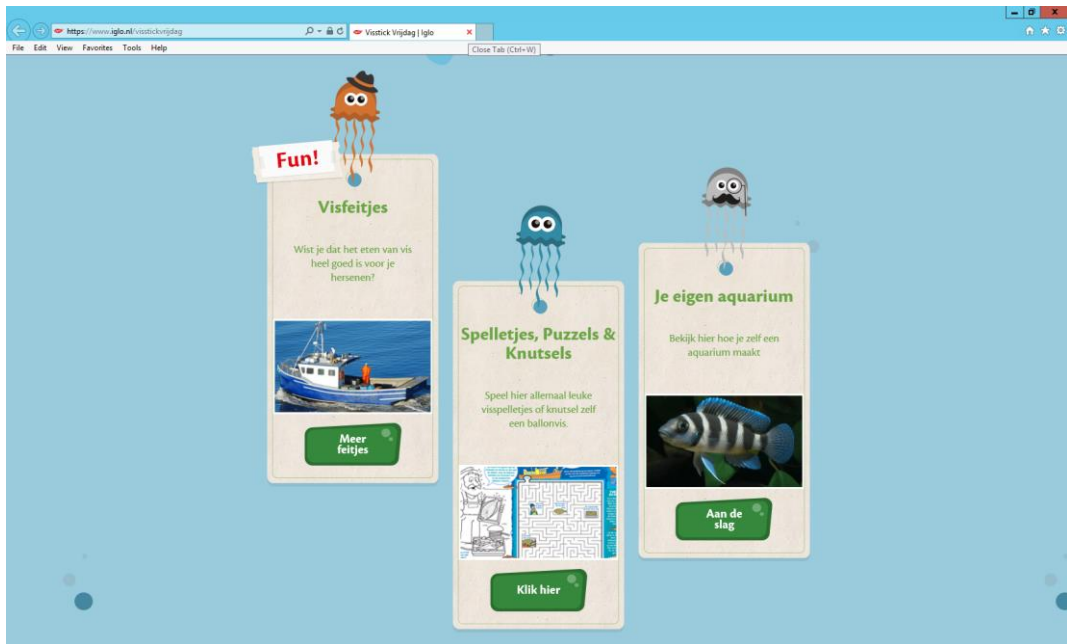


Je vindt een Croky Despicable Me 3 tattoo in elke promotieverpakking Croky chips 200g, 250g en Croky Ribble Rock 130g.



Iglo Vissticks	
Locatie van reclame gericht op kinderen	www.iglo.nl/visstickvrijdag
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Op kinderen gerichte vormgeving • Kinderen worden opgeroepen om foto's te uploaden • Foto's van kinderen (ook onder de 7) die vissticks eten • Feitjes over vis/visserij • Link naar (externe) site met spelletjes
Doelgroep	0-6 jaar, 7-12 jaar (op basis van foto's gebruikers)
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Ja
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Ja
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet wel aan de voedingskundige criteria van de NRC en van het Voedingscentrum. De doelgroep lijkt echter ook kinderen jonger dan 7 jaar te omvatten.



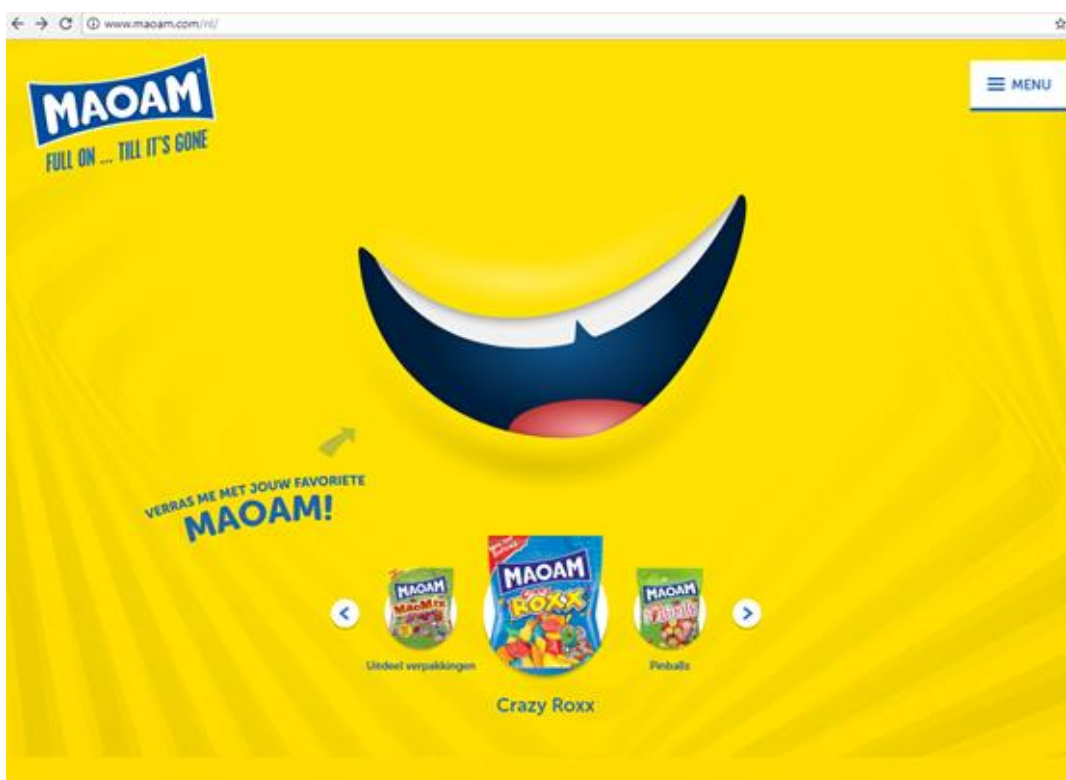


Kellogg's Coco Pops	
Locatie van reclame gericht op kinderen	emoji.kelloggs.com
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Op kinderen gerichte vormgeving • Gebruik van characters (uit de Emoji-film) • Prijsvraag op de website
Doelgroep	7-12 jaar
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee, te veel suikers
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC

The image shows a promotional webpage for Kellogg's Coco Pops. At the top, it says 'DE EMOJI FILM' and 'IN DE BIOSCOOP'. Below that, it says 'ELK UUR CADEAUS TE WINNEN, VAN 9 - 20 UUR'. There is a yellow character pointing to a form where a 4-digit code can be entered. To the right is an image of a Coco Pops cereal box. Below the form, it says 'HOE WIN JE DIE GEWELDIGE DE EMOJI FILM CADEAUS?' and lists three steps: 1. Buy a Kellogg's cereal pack, 2. Find the code on the pack, 3. Enter the code on the website. A 'CADEAUS BEKIJKEN' button is visible.



Maoam	
Locatie van reclame gericht op kinderen	www.maoam.nl
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> Op kinderen gerichte vormgeving Interactief element: een grote getekende mond op de website kan snoepverpakkingen worden gevoerd Filmpje met reclame
Doelgroep	7-12 jaar
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee, voor suikerwerk (snoep) mag geen reclame worden gemaakt
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC



Pom-Bär	
Locatie van reclame gericht op kinderen	www.pombar.nl
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Op kinderen gerichte vormgeving • Gebruik van character • Spelletjes op de website
Doelgroep	7-12 jaar
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee, te veel zout
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC



Smoeltjes	
Locatie van reclame gericht op kinderen	www.smoeltjes.nl
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Gebruik van character • Prijsvraag op website • Website wordt gepromoot op/in verpakking
Doelgroep	7-12 jaar
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee, te veel verzadigd vet en te weinig vezels
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC

The screenshot shows the website <http://www.smoeltjes.nl> in a browser window. The page features a navigation menu with options like 'Home', 'Consumentenservice', 'Prijsvraag', 'Oplossing puzzeltjes', 'Veelgestelde vragen', 'Onze Smoeltjes kinderkoekjes', 'Prijswinnaars', and 'Smoeltjes 10ccnbus'. The main content area displays various Smoeltjes products, including 'Smoeltjes Krant' and 'Smoeltjes 10ccnbus'. A large image of Smoeltjes cookies is prominent on the right side. The footer contains information about the brand's history and contact details.



Wicky	
Locatie van reclame gericht op kinderen	www.wicky.nl
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Op kinderen gerichte vormgeving • Gebruik van character • Oproep om filmpjes te uploaden en voorbeelden van geüploade filmpjes
Doelgroep	7-12 jaar
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Ja
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet wel aan de criteria van de NRC, maar niet aan de criteria van het Voedingscentrum.



5.2 Inhoud gericht op kinderen, inrichting en context niet

Bolletje	
Locatie van reclame gericht op kinderen	www.bolletje.nl
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Website niet primair op kinderen gericht • Mogelijkheid tot downloaden materiaal voor spreekbeurt (over geschiedenis en producten)
Doelgroep	7-12 jaar (en ouder)
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Verschillende producten, sommige voldoen wel aan criteria, anderen niet.
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Verschillende producten, sommige voldoen wel aan criteria, anderen niet.
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Onduidelijk in hoeverre het aan criteria NRC voldoet.

The screenshot shows the Bolletje website's 'SPREEKBEURTPAKKET' page. At the top, there is a red navigation bar with the Bolletje logo and links for 'OVER', 'VEELGESTELDE VRAGEN', 'CONTACT', 'SHOP', and 'VOLG ONS'. Below this, a secondary navigation bar includes 'DE OORSPRONG', 'DE SLEUTELS TOT SUCCES', 'TIJDLIJN', 'BOLLETJE WINKEL', and 'SPREEKBEURTPAKKET'. The main visual is a child with glasses holding a notebook, with a chalkboard in the background that says 'IK WIL BOLLETJE!'. A red cup with markers is in the bottom right. The text below the image reads: 'SPREEKBEURTPAKKET. Heb jij altijd al een spreekbeurt willen houden over Bolletje? Dan hebben wij, speciaal voor jou, het Bolletje spreekbeurtpakket! Je kunt het pakket gemakkelijk downloaden door op onderstaande knop te klikken. Veel succes met je spreekbeurt!' followed by a blue 'DOWNLOAD' button.



Frisia Snoep	
Locatie van reclame gericht op kinderen	www.frisiasnoep.nl
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> Kleurrijke website (dit is de huisstijl van Frisia Snoep, niet noodzakelijkerwijs op kinderen gericht) Tips voor traktaties en creatieve toepassing van het snoep, daarbij wordt kind direct aangesproken: "Doe [...] iedere traktatie die je klaar hebt meteen in een zakje en haal ze er pas uit als het traktatie moment aangebroken is."
Doelgroep	7-12 jaar
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee, voor suikerwerk (snoep) mag geen reclame worden gemaakt
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC

The screenshot shows a web browser displaying the Frisia Snoep website. The page features a pink and yellow header with the Frisia logo and navigation links. The main content area is titled "5 heerlijke Frisia recepten" and includes a "Download de 5 heerlijke Frisia recepten" button. Below this, there is a "Traktatie tips" section with text about making treats and a "Pas op voor uitdrogen!" warning. The "Palmboom" section describes how to make palm trees from candy and includes a small illustration of two palm trees. The page is decorated with images of various Frisia candies.



LU Prince	
Locatie van reclame gericht op kinderen	www.luprince90.be
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> Nederlandse website (lu.nl) verwijst direct door naar de Belgische website (.be) Website niet primair op kinderen gericht: er is een leeftijdscontrole Gebruik character. Er kan worden deelgenomen aan en spaaractie om Playmobil te verzamelen.
Doelgroep	7-12 jaar
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Verschillende producten, voldoen veelal niet aan de criteria vanwege de hoeveelheid vet en/of suiker en/of te weinig voedingswaarde.
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Onduidelijk in hoeverre het aan criteria NRC voldoet vanwege leeftijdscontrole en Belgisch webdomein.

SPAAAR
IN JE EENTJE VOOR PLAYMOBIL CADEAUS

Vind jij Playmobil ook leuk? Verzamel de codes die je terugvindt op de deelnemende Prince producten en ontvang talrijke cadeaus!

SPAREN

Overheid de product...
"Prince" van de 90...
90ste JAAR

KEER TERUG IN DE TIJD

© 2018 Mondelez Nederland. Alle rechten voorbehouden. | Contact | Gebruiksvoorwaarden | Organisatie/Overleg | Site en contactinformatie



Pizza Hut	
Locatie van reclame gericht op kinderen	www.pizzahut.nl/kinderfeestje/
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> Taalgebruik gericht op kinderen Aanbod voor kinderfeestje bij Pizzahut Website niet primair op kinderen gericht
Doelgroep	7-12 jaar (en ouder)
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC

The screenshot shows the Pizza Hut website for a children's party. The page title is "KINDERFEESTJE". The main heading is "Vier jouw kinderfeestje bij Pizza Hut". The text describes the party experience, including making and stretching pizza, and mentions a price of €10 per child. A promotional image for "PIZZA MAKING PARTY" is also visible.

KINDERFEESTJE

Vier jouw kinderfeestje bij Pizza Hut

Heb jij al eens je eigen pizza gemaakt? Bij Pizza Hut Utrecht kun je jouw eigen pizza maken en beleggen hoe jij het lekker vindt!

Na het versieren van jouw eigen koksmuts mag je het deeg stretchen en beleggen met een heerlijke tomatensaus en verschillende ingrediënten. Vervolgens kun jij onder begeleiding van een echte pizza-chef jouw pizza bakken. Verder krijgen de jarige en zijn vrienden een leuke pizza goodie bag!

Wanneer de pizza's klaar zijn, gaan we natuurlijk proeven en wacht er nog een lekker ijsje op je!

Het feest bij Pizza Hut is inclusief:

- De pizza maken en beleggen
- Kijktje in de keukens
- Een cadeautje voor de jarige
- Limonade en een Capri Sun voor iedereen
- Een ijsje
- Een goodie bag

Het feestje duurt ongeveer 1,5 uur en is te boeken op woensdagmiddag en zaterdagochtend. Het minimum aantal deelnemers per feestje is vier kinderen met een maximum van 8 kinderen. Bij een groep van 8 kinderen vragen wij minimaal een en maximaal twee begeleiders. Wegens veiligheidsredenen is de minimumleeftijd 6 jaar.

De kosten zijn €10,- per kind.

Voor meer informatie over een workshop pizza's maken of om te reserveren, stuur een email naar: marketing@pizzahut.nl of bel naar: 06 45 79 64 07

PIZZA MAKING PARTY

WWW.PIZZAHUT.NL



Verkade	
Locatie van reclame gericht op kinderen	www.verkade.nl
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Website niet primair op kinderen gericht • Mogelijkheid tot downloaden materiaal voor spreekbeurt (over geschiedenis en producten)
Doelgroep	7-12 jaar (en ouder)
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Verschillende producten, sommige voldoen wel aan criteria, anderen niet.
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Verschillende producten, sommige voldoen wel aan criteria, anderen niet.
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Onduidelijk in hoeverre het aan criteria NRC voldoet.



HOE MAAK JE EEN SPREEKBEURT OVER VERKADE?

1. Lees de verhalen. Onderstreep de tekst die jij belangrijk vindt.
2. Bekijk de plaatjes. Gebruik de plaatjes die jij graag wilt laten zien.
3. Print minstens drie lege spreekbeurtvellen uit (meer kan altijd) en plak deze vol met informatie en bijpassende plaatjes of maak een mooie PowerPoint presentatie!

Veel succes!



5.3 Inhoud niet gericht op kinderen, inrichting en context wel

NuKleuren.nl/Primavita	
Locatie van reclame gericht op kinderen	www.nukleuren.nl
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> Bij het logo van NuKleuren staat het logo van Primavita (geitenmelkpoeder) Er is een standaard reclame voor Primavita op de website Op de website kunnen kleurplaten worden gedownload, op de kleurplaten staat geen logo. Onderaan de pagina was een advertentie te zien voor Shabu Shabu (sushirestaurant). Deze was gegenereerd door Google AdSense.
Doelgroep	Kleurplaten: voornamelijk 0-6 jaar. Waarschijnlijk downloaden ouders de kleurplaten voor hun kinderen. Wel kijken kinderen mee met ouders bij het downloaden.
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Ja
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Onduidelijk in hoeverre het aan criteria NRC voldoet: het product is niet gericht op kinderen, de context van de website wel.





Venz	
Locatie van reclame gericht op kinderen	www.venz.nl/
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> Op kinderen gerichte vormgeving Gebruik van characters (antropomorfe hagelslagfiguren en karakters uit de animatie Huisdiergeheimen) Materiaal voor spreekbeurt beschikbaar. Tekstuele inhoud website verder niet primair op kinderen gericht
Doelgroep	7-12 jaar (en ouder)
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee, voor chocolade- en suiker gebaseerde producten mag geen reclame worden gemaakt.
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC



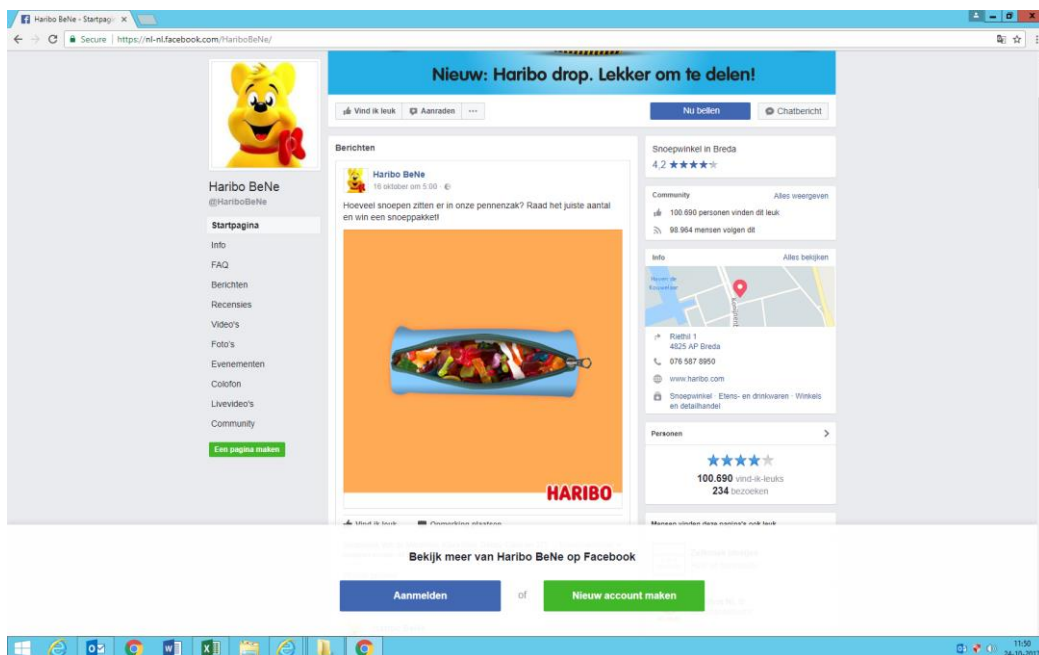
6 Sociale media

6.1 Facebook

Maoam	
Locatie van reclame gericht op kinderen	https://www.facebook.com/MAOAMNL/
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Veel bewegende animatie • Veel kleurrijke en aparte plaatjes
Doelgroep	Onbekend
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC en ook niet van het Voedingscentrum. De doelgroep is echter formeel 13+ waardoor de regels voor reclame gericht op kinderen uit de NRC niet van toepassing zijn.



Haribo	
Locatie van reclame gericht op kinderen	https://www.facebook.com/HariboBeNe/
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Kindgerichte taal (bijv. "Uitdelen doe je met Haribo", of "Weet je niet welk Haribo snoepje je wil? We maken het lekker makkelijk. Druk op spatie en we helpen je kiezen!") • Veel kleurrijke en aparte plaatjes, vrij kinderlijk.
Doelgroep	Onbekend
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	<p>Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC en ook niet van het Voedingscentrum.</p> <p>De doelgroep is echter formeel 13+ waardoor de regels voor reclame gericht op kinderen uit de NRC niet van toepassing zijn.</p>



Karvan Cevitam	
Locatie van reclame gericht op kinderen	https://nl-nl.facebook.com/karvancevitam/
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> Kinderen komen vaak voor op de pagina.
Doelgroep	Onbekend
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee, te veel calorieën per portie en te veel suiker
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC en ook niet van het Voedingscentrum. De doelgroep is echter formeel 13+ waardoor de regels voor reclame gericht op kinderen uit de NRC niet van toepassing zijn.

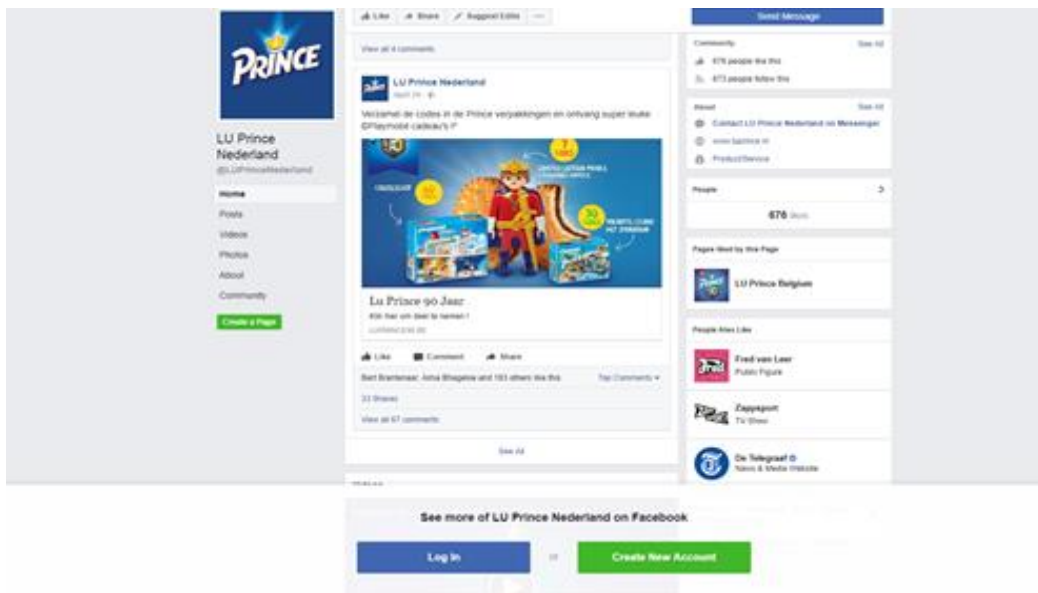
The screenshot shows a Facebook interface with a post from 'Karvan Cevitam'. The post includes a photo of a woman with her arms raised behind a table of fruit and a sign that says 'appel limonade 50 cent'. The text of the post is: 'Met Karvan Cevitam Appel maak jij een fruitige dorstlesser geheel naar eigen voorkeur. Valt 'ie ook bij jou in de smaak?'. The post has 6576 Views, 674 Likes, 147 Comments, and 35 Shares. The Facebook header shows 'facebook' and 'Sign Up' buttons, along with fields for 'Email or Phone' and 'Password' and a 'Log In' button. The language is set to 'English (US)' and the page is from June 2, 2017.



TicTac	
Locatie van reclame gericht op kinderen	https://www.facebook.com/TicTacNL/
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Karakters van de animatie film Verschrikkelijke Ikke staan overal op de pagina (Minions) • Uitnodigende taal (bijv. "Heb jij al meegedaan aan de Tic Tac Minions game?"). • Spelletjes
Doelgroep	Onbekend
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC en ook niet van het Voedingscentrum. De doelgroep is echter formeel 13+ waardoor de regels voor reclame gericht op kinderen uit de NRC niet van toepassing zijn.



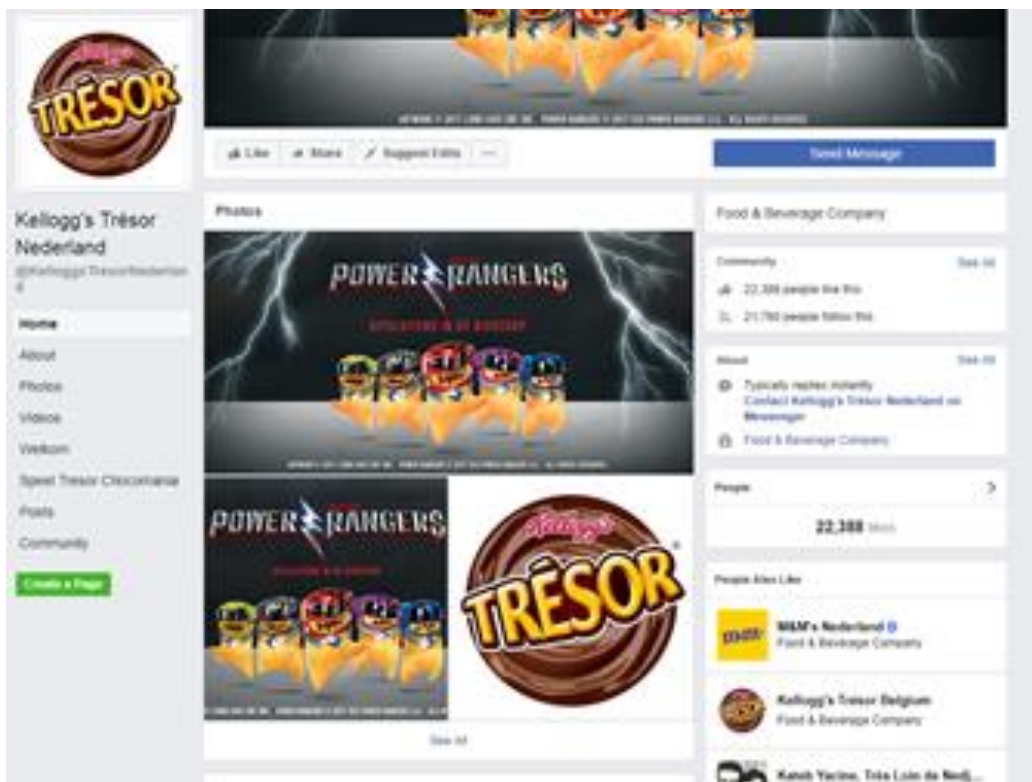
LU Prince	
Locatie van reclame gericht op kinderen	https://www.facebook.com/LUPrinceNederland/
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Gebruik character • Veel Playmobil speelgoed op de pagina • Er kan worden deelgenomen aan en spaaractie om Playmobil te verzamelen.
Doelgroep	Onbekend
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Verschillende producten, voldoen veelal niet aan de criteria vanwege de hoeveelheid vet en/of suiker en/of te weinig voedingswaarde.
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC en ook niet van het Voedingscentrum. De doelgroep is echter formeel 13+ waardoor de regels voor reclame gericht op kinderen uit de NRC niet van toepassing zijn.



Napoleon snoep	
Locatie van reclame gericht op kinderen	https://www.facebook.com/OfficialNapoleon/
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> Acties en taalgebruik gericht op kinderen; een meisje heeft ook een prijs voor haar Halloweenkostuum gewonnen. Veel animatie te zien.
Doelgroep	Onbekend
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC en ook niet van het Voedingscentrum. De doelgroep is echter formeel 13+ waardoor de regels voor reclame gericht op kinderen uit de NRC niet van toepassing zijn.



Kellogg's Trésor	
Locatie van reclame gericht op kinderen	https://www.facebook.com/KelloggsTresorNederland
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Power Rangers thema wordt met producten geadverteerd. (Power Rangers is een kinderserie waar nog een film voor is gemaakt) • Veel animatie beelden op de site
Doelgroep	Onbekend
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Lijkt niet te voldoen, te veel verzadigd vet
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC en ook niet van het Voedingscentrum. De doelgroep is echter formeel 13+ waardoor de regels voor reclame gericht op kinderen uit de NRC niet van toepassing zijn.




Wicky	
Locatie van reclame gericht op kinderen	https://nl-nl.facebook.com/wickynl/
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Veel kinderen in foto's te zien op de pagina met Wicky producten • Uitnodigende taal voor competities gericht op kinderen.
Doelgroep	Onbekend
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Ja
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet wel aan de criteria van de NRC, maar niet aan de criteria van het Voedingscentrum. De doelgroep is echter formeel 13+ waardoor de regels voor reclame gericht op kinderen uit de NRC niet van toepassing zijn.

The screenshot shows the Facebook profile of 'Wicky' (@wicky.nl). The profile picture is the 'Wicky' logo. The cover photo is a vibrant underwater scene with a shark, a clownfish, and other sea creatures. The page has 10,500 likes and 10,620 followers. The main post is a text-based announcement about a contest: 'Ben jij vanmiddag vrij? Kom dan gauw een kijkje nemen in de Wicky Water Wereld en leer van alles over Water en over onze Wicky Water vriendin! www.wickywaterwereld.nl'. Below the post, there are several sponsored ads for products like 'Samsam Kinderschoenen', 'Cook&Co', and 'DeelMee'.



Wicky - Startpagina | Facebook

Op 23 september was Wicky trotse sponsor van de Burendag in Westerhoven! 🥳
Hier nog een kleine terugblik op deze leuke dag! 📸



Wicky
@wicky.nl

Startpagina
Berichten
Video's
Foto's
Info
Community

Een pagina maken

Etens- en drinkwaren

Community
Alles weergeven
10.500 personen vinden dit leuk
10.620 mensen volgen dit

Info
Alles bekijken
www.wicky.nl
Etens- en drinkwaren

Personen
10.500 vind ik leuk

Mensen vinden deze pagina's ook leuk

- Samsam Kinderschoenen Schoenenwinkel
- Cook&Co Kaulenkolien
- DeelMee Professionele dienstverlening

Nederlands English (US) Frysk Spañol Portugaals (Brazilië)

Bekijk meer van Wicky op Facebook

Aanmelden of Nieuw account maken

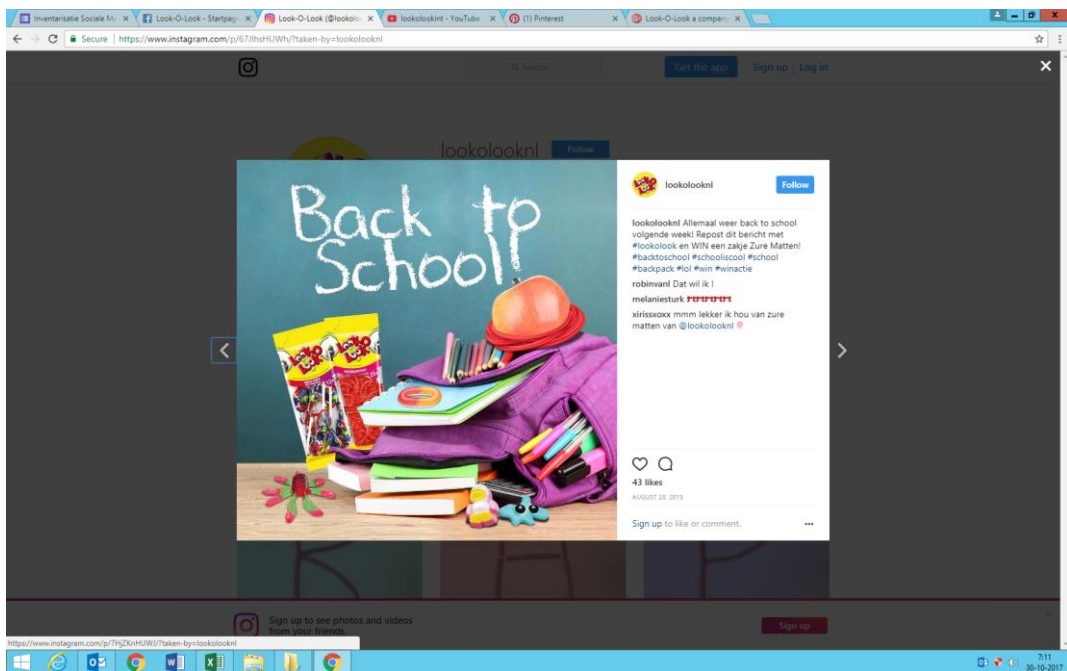
https://nl-nl.facebook.com/wicky.nl/photos/a.352361521446464.1073741828.339964722704144/191929385473321/?type=3

20:23 30-10-2017

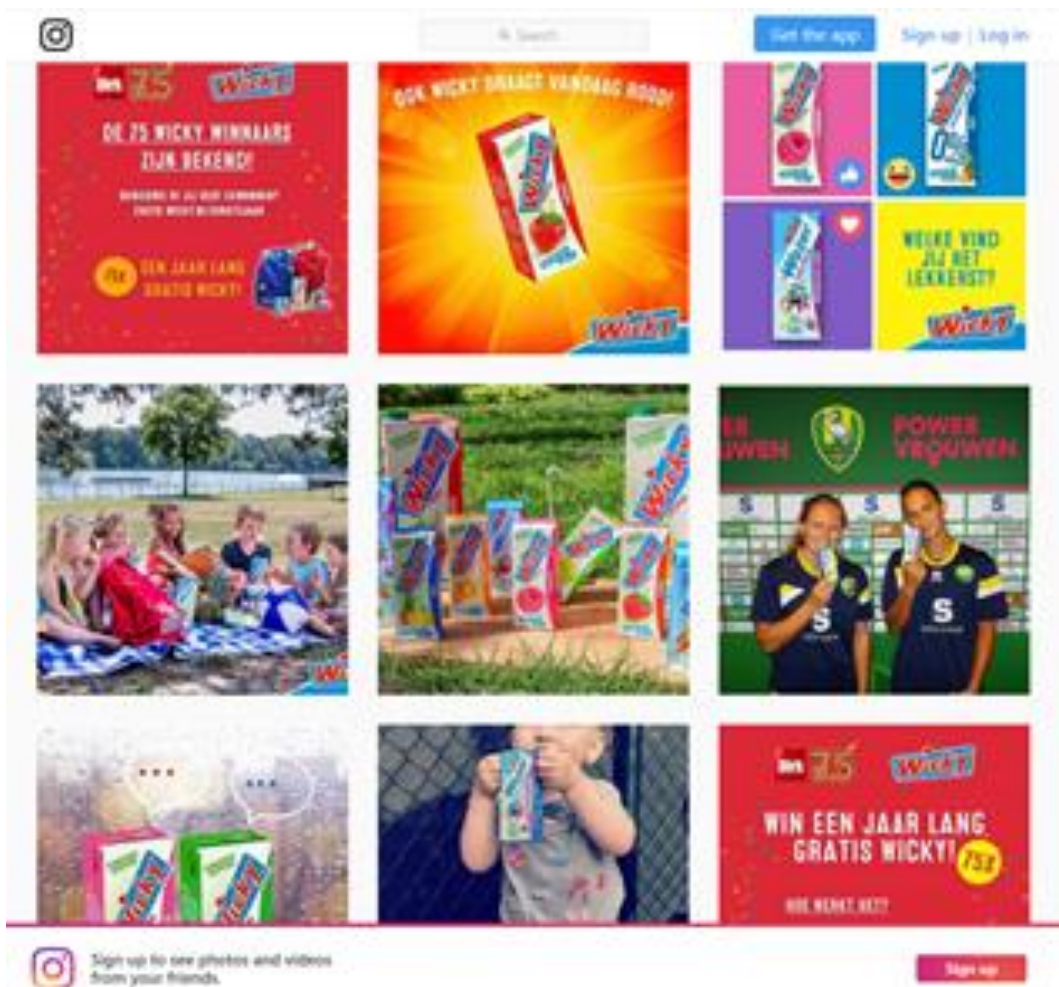


6.2 Instagram

Look O Look	
Locatie van reclame gericht op kinderen	https://www.instagram.com/lookolooknl/
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> Foto's op de pagina gebruiken snoepjes om vormen te maken Snoepjes worden op grappige en apart manier in foto's en beelden gebruikt, lijkt redelijk kindvriendelijk
Doelgroep	Onbekend
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	<p>Voldoet niet aan de criteria van de NRC en ook niet van het Voedingscentrum.</p> <p>De doelgroep is echter formeel 13+ waardoor de regels voor reclame gericht op kinderen uit de NRC niet van toepassing zijn.</p>



Wicky	
Locatie van reclame gericht op kinderen	https://www.instagram.com/wicky_nl/
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Veel kinderen in foto's te zien op de pagina met Wicky producten • Uitnodigende taal gericht op kinderen.
Doelgroep	Onbekend
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Ja
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet wel aan de criteria van de NRC, maar niet aan de criteria van het Voedingscentrum. De doelgroep is echter formeel 13+ waardoor de regels voor reclame gericht op kinderen uit de NRC niet van toepassing zijn.



6.3 Youtube

Kinder	
Locatie van reclame gericht op kinderen	https://www.youtube.com/user/SurpriseToys
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	Speeltjes uit de Surprise-eieren staan op de pagina geadverteerd.
Doelgroep	Onbekend
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet niet aan de criteria van de NRC, maar niet aan de criteria van het Voedingscentrum. De doelgroep is echter De doelgroep is echter formeel 13+ waardoor de regels voor reclame gericht op kinderen uit de NRC niet van toepassing zijn.

The screenshot shows the YouTube channel page for 'SurpriseToys', which has 2,895,364 subscribers. The channel banner features 'Kinder Surprise Eggs'. The main video is titled '23 Funta Surprise Eggs Disney Pixar Cars Super Mario Mickey...' and has 68,840,007 views. Below it, the 'Uploads' section shows several other videos, including '33 Surprise Eggs Kinder Surprise Spongebob Mickey Mouse Disney Pixar Cars Eggs' and '23 Funta Surprise Eggs Disney Pixar Cars Super Mario Mickey Mouse'. The right sidebar lists related channels like 'Kids Surprise', 'Arcadius Kul', 'ToyHitStop', 'Magis Surprise Toys', 'Dri Mommy and Kids', 'Super Cool 4 Kids', and 'Fluffy Art Toys'.



Karvan Cevitam	
Locatie van reclame gericht op kinderen	https://www.youtube.com/user/karvancevitam
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	Er staan kinderen in beeld met het product in verschillende clipjes
Doelgroep	Onbekend
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee, te veel calorieën per portie en te veel suiker
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC en ook niet van het Voedingscentrum. De doelgroep is echter De doelgroep is echter formeel 13+ waardoor de regels voor reclame gericht op kinderen uit de NRC niet van toepassing zijn.

YouTube

Zoeken



TV Commercial Karvan Cevitam 0% Suiker Toegevoegd

4.162 weergaven

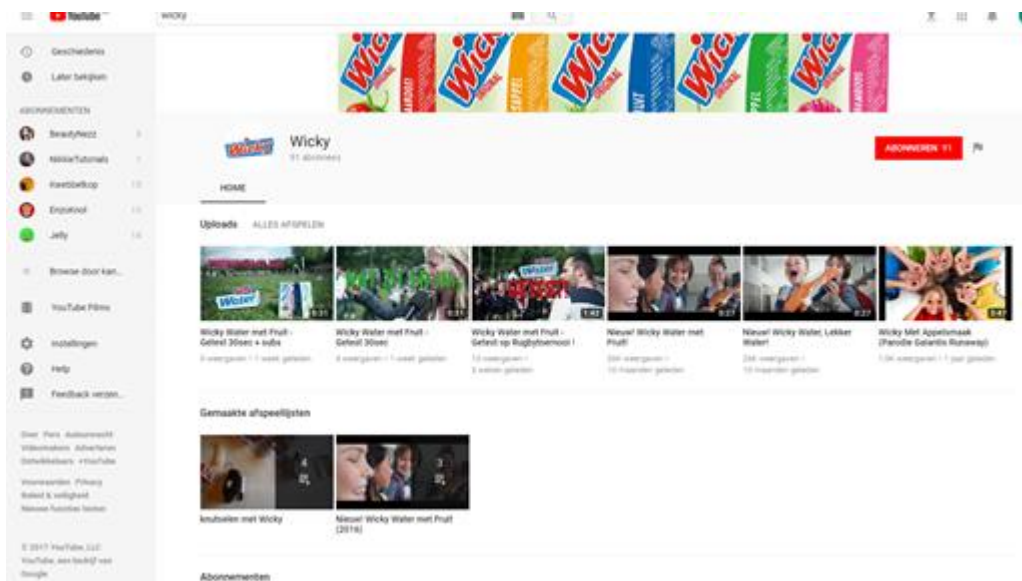
karvancevitam
Gesticht op 21 apr 2017

Het is onze nieuwe commercial al gezond!

ABONNEREN 101



Wicky	
Locatie van reclame gericht op kinderen	https://www.youtube.com/channel/UCnqZ8x88U5sdUolvFo90dH A
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> Clipjes van kinderen met Wicky en waterpistolen, kinderen die spelletjes spelen en knutselen.
Doelgroep	Onbekend
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Ja
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet wel aan de criteria van de NRC, maar niet aan de criteria van het Voedingscentrum. De doelgroep is echter formeel 13+ waardoor de regels voor reclame gericht op kinderen uit de NRC niet van toepassing zijn.

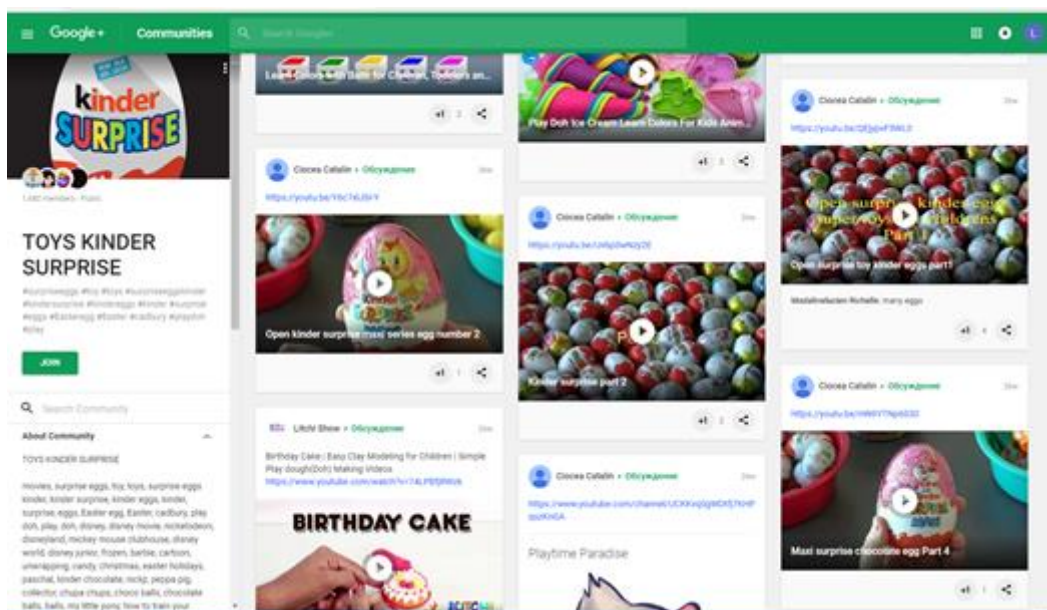


6.4 Pinterest

Uit de 157 geïnventariseerde bedrijven hebben 37 een Pinterest platform. Uit deze platforms kwam er in 3 promotie voor eten en drinken voor. In geen van de gevallen leek de promotie of reclame kindgericht te zijn.

6.5 Google+

Kinder	
Locatie van reclame gericht op kinderen	https://plus.google.com/communities/108374404527158044529
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	<ul style="list-style-type: none"> • Surprise speeltjes staan op de pagina geadverteerd, met beelden van de speeltjes die er in voor komen. • Kindgerichte animatie filmpjes met baby Mickey en Minnie Mouse bijvoorbeeld, Play Doh speelgoed. • Lijkt echter op zeer jonge kinderen gericht die misschien niet zelf direct naar de pagina kijken.
Doelgroep	Onbekend
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet niet aan de criteria van de NRC, maar niet aan de criteria van het Voedingscentrum. De doelgroep is echter formeel 13+ waardoor de regels voor reclame gericht op kinderen uit de NRC niet van toepassing zijn.



7 YouTube en vloggers

7.1 Reclame voor de vlog

NB: van niet alle reclames zijn screenshots gemaakt.

Merk (product)	Vlogger(s) waar de reclame bij verscheen	Oordeel
McDonald's, Ontbijt menu	Jelly	Aan de hand van NRC en Voedingscentrum criteria, en aan doelgroep
Coolbest, diverse sappen	NikkieTutorials	
Modifast, Protein Shape	Nina Houston	
Unox, Extra Rijkgevuld	TheKelVlog	
Tomatensoep		
Storck, Knoppers	Yarasky	
Mars Incorporated, Twix Koffiemoment	Meisje Djamilia	



NET ALS IN DE FILM? - AMERIKAANSE HIGH SCHOOL Q&A - BACK TO SCHOOL 2017

97.566 weergaven

Nina Houston • Gepubliceerd op 31 aug. 2017

HI, OMDAT JULIE HEEL VEEL VRAGEN HADDEN NA MIJN HIGH SCHOOL TOUR, HEB IK DEZE Q&A VOOR JULIE OPGENOMEN. VEEL KUKPLEZIER! LIEFS NINA

MEER WEERBEVEN

420 reacties • SORTEREN OP

Je plaatst deze reactie openbaar als Leis Sky

Modifast heeft iets nieuws: Modifast Protein Shape

Volgende

- HIGH SCHOOL TOUR IN AMERICA - BACK TO SCHOOL
- ONS HUIS IN AMERIKA - HOUSE TOUR
- EEERSTE SCHOOLWEEK, NIEUWE VRIENDINNEN & MEER...
- RARE HALLOWEEN SNOEPJES TESTEN MET BIBI | Fan Friday
- TRANSITION MUSICAL LYS MAKEN & MUSICALY MET
- AMERIKAANSE VRIENDIN SPIEKT NEDERLANDSE
- WHAT'S IN MY MOUTH CHALLENGE MET EVI
- WHAT'S ON MY PHONE 2017

WE GAAN SAMENWONEN EN ZE IS ZWANGER? | Kalvin

381.282 views

Kalvin • Published on Aug 30, 2017

Check Instagram op het RTL Concentrate BOLD kanaal! <https://www.instagram.com/rtlconcentrate/>

Kijk hier voor de ervaring van je leven! <http://bit.ly/1NDZJ9E>

Check Instagram op het RTL Concentrate BOLD kanaal!

Kijk hier voor de ervaring van je leven!

WE GAAN SAMENWONEN EN ZE IS ZWANGER? | Kalvin

381.282 views

Kalvin • Published on Aug 30, 2017

Check Instagram op het RTL Concentrate BOLD kanaal! <https://www.instagram.com/rtlconcentrate/>

Kijk hier voor de ervaring van je leven! <http://bit.ly/1NDZJ9E>

Check Instagram op het RTL Concentrate BOLD kanaal!

Kijk hier voor de ervaring van je leven!





7.2 Reclame tijdens de vlog

Merk (product)	Vlogger(s) waar de reclame bij verscheen	Oordeel
Modifast, Protein Shape	Nina Houston	Aan de hand van NRC en Voedingscentrum criteria, en aan doelgroep
McDonald's, Angus Burger	CrocoJill GameMeneer	
Dirk van den Broek, Activia yoghurt	Gekke Markie	Voldoet aan de criteria van de NRC maar niet aan de criteria van het Voedingscentrum (afhankelijk van de exacte productkeuze). De doelgroep is echter niet bekend dus is er weinig basis om van een overtreding van de regels te spreken.
Vifit, Drink yoghurt	OnneDi	



NET ALS IN DE FILM? - AMERIKAANSE HIGH SCHOOL Q&A - BACK TO SCHOOL 2017

97.566 weergaven

Nina Houston
Gepubliceerd op 31 aug. 2017

HI, OMDAT JULLIE HEEL VEEL VRAGEN HADDEN NA MIJN HIGH SCHOOL TOUR, HEB IK DEZE Q&A VOOR JULLIE OPGENOMEN. VEEL KUKPLEZIER! LIEFS NINA

MEER WEERGAVEN

420 reacties

Je plaatst deze reactie openbaar als Lela Sky

Modifast heeft iets nieuws: Modifast Protein Shape

Volgende

- HIGH SCHOOL TOUR IN AMERIKA! - BACK TO SCHOOL
- ONS HUIS IN AMERIKA - HOUSE TOUR
- EERSTE SCHOOLWEEK, NIEUWE VRIENDINNEN & MEER...
- RARE HALLOWEEN SNOEPJES TESTEN MET BIBI!! | Fan Friday
- TRANSITION MUSICALS MAKEN & MUSICAL LY MET
- AMERIKAANSE VRIENDIN SPREEKT NEDERLANDSE
- WHAT'S IN MY MOUTH CHALLENGE MET EVI
- WHAT'S ON MY PHONE 2017

NAAR DE STARWARS EXPO! - JILL VLOG #862

23.741 weergaven

Croco Jill
Gepubliceerd op 29 sep. 2017

Hé leuk dat je een video kijkt op mijn kanaal! Ik ben Jill, 24 jaar en ik upload 3 keer per week een video. Op maandag 6:00 geef ik jullie een kijkje in mijn leven door middel van een weekvlog, op donderdag 15:00 upload ik My Bucket List (elke week streep ik iets van mijn bucket list af) en op zaterdag upload ik een random extra video, dit kan echt van alles zijn! Ik probeer de video's zo leuk mogelijk te maken voor jullie maar feedback is altijd welkom!

Ben je benieuwd naar mijn video's en wil je graag up-to-date blijven? Abonneer je dan op mijn

Maestro ANGUS EGG

Volgende

- Naar de Harry Potter Expo Premier! - JILL VLOG #814
- KERSTBOOM IN SEPTEMBER! - Jill vlog #861
- CARLIN PROBEERT HET OOK - Make-up Face swap
- WOON INSPIRATIE OPDOEN! - Jill Vlog #859
- PAPA MILAN - Weekvlog 858
- MARIETTE GAAT VERHUIZEN? - Jill vlog #860
- ZWEMMEN OP IBIZAI! - JILL VLOG #830
- SHOPPEN MET DEE! - JILL VLOG #289



EINDELIJK MET DE MI... x Google

Secure | https://www.youtube.com/watch?v=SwMn2Zvhrjk

YouTube NL gamemeneer

McDonald's – Prikkel je zintuigen met de nieuwe Maestro An...
McDonald's Nederland

Ad - 0:13 Mute alds.nl/restaurant

You can skip to video in 4

0:01 / 0:15

EINDELIJK MET DE MIDDENGROEP RIJDEN - F1 2017 Career Mode #4 (Grand Prix: Russia)

146,550 views 6K 72 SHARE

GameMeneer
Published on Oct 1, 2017

SUBSCRIBE 818K

GameMeneer kleding: <http://www.gamemeneer.nl>
Vorige aflevering: <https://www.youtube.com/watch?v=CX9Vp...>
Volgende aflevering: <https://www.youtube.com/watch?v=QVR59...>
Game F1 2017 - 2017 (YouTube Gaming)

McDonald's Nederland
SUBSCRIBE

Visit Advertiser's Site

Up next AUTOPLAY

"ZET DE KOFFIE MAAR KLAAR!" - F1
GameMeneer
230K views

F1 2017: Grand Prix Monza - "MAX"
GameMeneer
358K views

FORMULA 1 IN GTA 5
GameMeneer
238K views

BIGGEST ROLLERCOASTER
Jelly
Recommended for

GEKKE STUNT - VOETEN... x Gekke Markie - YouTube... x Gekkemarkie YouTube... x

Secure | https://www.youtube.com/watch?v=zooiqIB1MCM

YouTube NL Gekke markie

Activia - 75 jaar - Dirk van den Broek
Dirk van den Broek

Ad - 0:09 Dirk is of

0:17 / 0:20

GEKKE STUNT - VOETEN IN BETON GIETEN

366,093 views 23K 881 SHARE

Gekke Markie
Published on Aug 17, 2017

SUBSCRIBE 494K

<https://www.fantube.me/nl/artist/gekk...>
SMOARE: <https://www.youtube.com/channel/UC00g...>

SHOW MORE

4,517 Comments SORT BY

Commenting publicly as Luke Sky

Dirk 75

Up next AUTOPLAY

LEVEND BEGRAVEN 2.0 - GAAT FOUT
Gekke Markie
1.6M views

TELEFOON GESTOLEN! OPHALEN IN MAROKKO
Gekke Markie
792K views

EXTREME SPOOK PRANK OP VRIENDIN
Gekke Markie
478K views

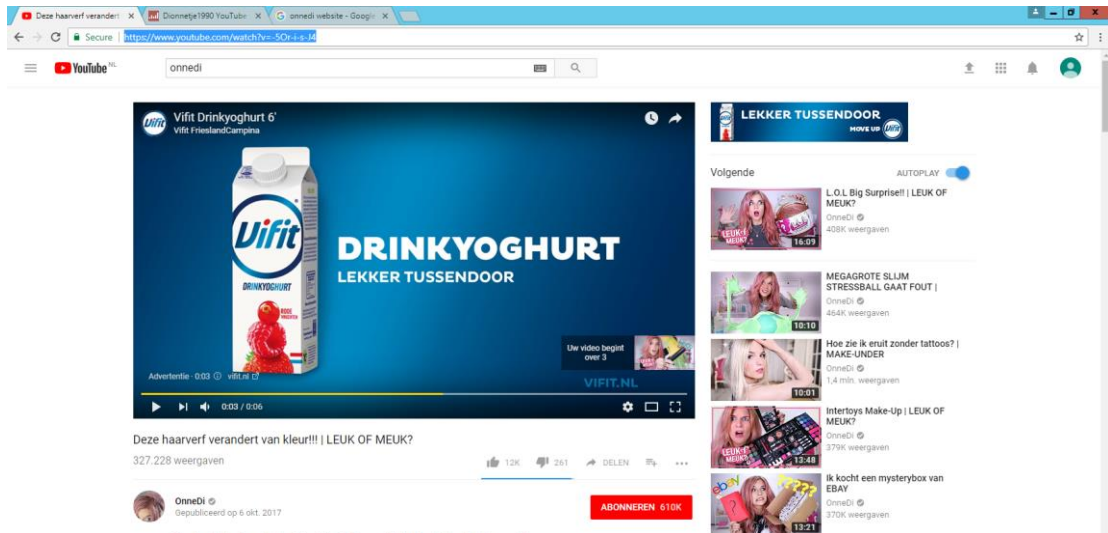
AUTOBLETELS met GEKKEMARKIE in BETON
Smoare
400K views

SNACHTS OPGESLOTEN IN TRAMPOLINE PARK!
Smoare
2.4M views

FEYENOORD KAMER PRANK OP AJAX FAN
Gekke Markie
328K views

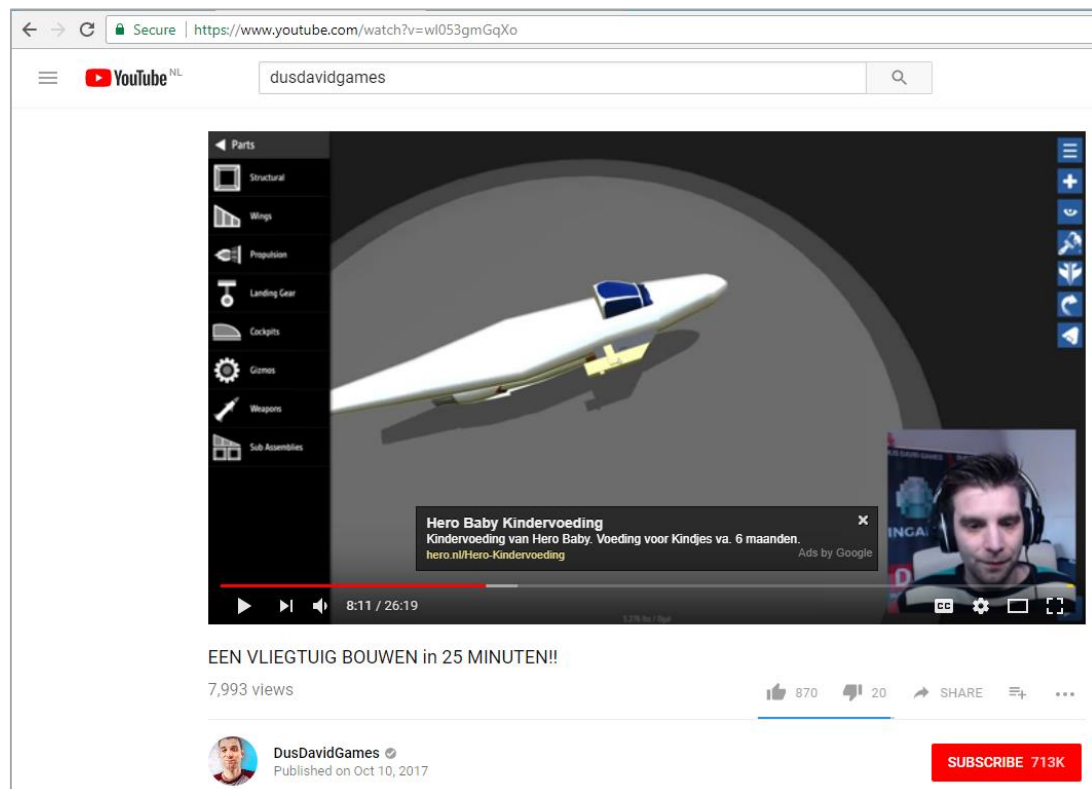
BEKENDE YOUTUBERS PESTEN!
Gekke Markie
439K views





7.3 Bannerreclames

Merk (product)	Vlogger(s)	Oordeel Aan de hand van NRC en Voedingscentrum criteria, en aan doelgroep
Hero, Babyvoeding	DusDavidGames	Onduidelijk of het voldoet aan de NRC criteria en die van het Voedingscentrum. De doelgroep is hier wél duidelijker: dit is gericht op ouders van baby's en dus niet op kinderen.



7.4 Gebruik van eten of drinken door vloggers zelf

Iglo, Roerbak Sensatie	
Locatie van reclame gericht op kinderen	Croco Jill: https://www.youtube.com/watch?v=2TET6u98Vxs
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	De inhoud lijkt niet specifiek op kinderen onder de 13 te zijn gericht. De vlog bestaat uit activiteiten met adolescenten en/of jongvolwassenen.
Doelgroep	Onbekend: jongeren, waar de verdeling naar leeftijdscategorieën niet bekend is.
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Waarschijnlijk niet
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Lijkt niet te voldoen aan de criteria van de NRC of de criteria van het Voedingscentrum. De doelgroep is echter niet bekend dus is er weinig basis om van een overtreding van de regels omtrent reclame gericht op kinderen te spreken.

The screenshot shows a YouTube video player interface. The video content is a kitchen scene with a white refrigerator and a window. A red circle is drawn around the text "In samenwerking met Iglo" which is overlaid on the video. Below the video, the title "NOG MEER WOONWINKELS! ★ Vlog #866" and the channel name "Croco Jill" are visible. The view count is "63.273 weergaven" and the publication date is "16 okt. 2017". The right sidebar displays a list of recommended videos, including "DE BADKAMER! ★ Home make-over", "HOE VERWERKEN JILL & MILAN HET GROOT VERLIEST! | Avondmix", "HET LIJKT WEL ZOMER! ★ Vlog #867", "OP BLIND DATE ★ My Bucket List", "DAT MAG WEL EEN KILOOTJE MINDER", and "DE INLOPKAST! ★ Home make-over".



Fanta	
Locatie van reclame gericht op kinderen	Beautygloss: https://www.youtube.com/watch?v=P4Obe7JR7bM
Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	De inhoud lijkt niet specifiek op kinderen onder de 13 te zijn gericht. De vlog bestaat uit activiteiten met oudere jongeren (die boven de 18 lijken).
Doelgroep	Onbekend: jongeren, waar de verdeling naar leeftijdscategorieën niet bekend is.
Voldoet aan voedingskundige criteria NRC?	Nee
Voldoet aan criteria Voedingscentrum?	Nee
In samenwerking met organisatie gericht op voeding/beweging/gezondheid?	Nee
In samenwerking met het Voedingscentrum?	Nee
Oordeel	Voldoet waarschijnlijk niet aan de criteria van de NRC en ook niet van het Voedingscentrum. De doelgroep is echter niet bekend dus is er weinig basis om van een overtreding van de regels te spreken.

The screenshot shows a YouTube video player interface. The video title is "Halloween glitter zipper look ♥ 2017 | Beautygloss". The video content shows a person holding two cans of Fanta, one with a skull design and one with a zipper design. The video has 122,061 views and 3K likes. The channel is Beautygloss, published on Oct 21, 2017. The video is sponsored by Fanta.

