Monitor Kindermarketing voor voedingsproducten

Editie 2023



Panteia

Monitor Kindermarketing voor voedingsproducten

Editie 2023

Auteur(s)
Henri Faun
Nelleke Hasselman-Pals
Renske van Breugel

Opdrachtgever(s)
Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport

Gepubliceerd
Zoetermeer, 29-3-2024

Projectnummer
10933

Versie
1.0

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.

Inhoudsopgave

	Samenvatting	**5**
	Media	
1	**Inleiding**	**10**
1.1	Monitor kindermarketing voeding	10
1.2	Over de reclamecode	11
1.3	Uitdagingen bij het beoordelen van reclames	14
1.4	Leeswijzer	16
2	**Televisie**	**20**
2.1	Context, regels en beleid	21
2.2	Reclames rondom kinderprogramma's op televisie	22
2.3	Best bekeken programma's door kinderen 6-12 jaar	32
3	**Websites**	**35**
3.1	Context, regels en beleid	35
3.2	Resultaten inventarisatie websites voedingsfabrikanten	37
3.3	Resultaten inventarisatie reclame op kindgerichte websites	40
4	**Sociale media van voedingsproducenten**	**44**
4.1	Context, regels en beleid	44
4.2	Resultaten inventarisatie sociale media	45
5	**YouTube**	**49**
5.1	Context, regels en beleid	49
5.2	Resultaten inventarisatie YouTube	53
6	**Instagram**	**66**
6.1	Context, regels en beleid	67
6.2	Resultaten inventarisatie Instagram	67
7	**TikTok**	**83**
7.1	Context, regels en beleid	83
7.2	Resultaten inventarisatie TikTok	84

Fysieke omgeving

8	**Sportverenigingen, scholen en kinderopvang**	**95**
8.1	Sportverenigingen	96
8.2	Onderwijs	102
8.3	Kinderopvang	109
9	**Characters op verpakkingen**	**114**
9.1	Context, regels en beleid	114
9.2	Resultaten inventarisaties	115
10	**Supermarktacties**	**124**
10.1	Context, regels en beleid	124
10.2	Resultaten inventarisatie acties in supermarkten	126
11	**Recreatie & bioscopen**	**137**
11.1	Context, regels en beleid	137
11.2	Resultaten locatiebezoeken recreatie	138
11.3	Resultaten locatiebezoeken pannenkoekrestaurants	142
11.4	Resultaten locatiebezoeken bioscopen	143
12	**Sportevenementen**	**146**
12.1	Context, regels en beleid	146
12.2	Resultaten inventarisaties	147
13	**Analyse en conclusies**	**153**
13.1	Algemene conclusies	153
13.2	Conclusies media-inventarisatie	156
13.3	Conclusies inventarisatie fysieke omgeving	158
13.4	Aandachtspunten vanuit inventarisatie	159
	Bijlagen	
Bijlage 1	Aanpak en onderzoeksactiviteiten	164
Bijlage 2	Enquêtes sportverenigingen, onderwijs en kinderopvang	167
Bijlage 3	Geïnventariseerde online media en personen	180
Bijlage 4	Voedingsreclame op kinderwebsites per merk	193
Bijlage 5	Voedingsmerken in YouTube-posts, vermoedelijk niet gesponsord	234
Bijlage 6	Voedingsmerken in Instagram-posts	285
Bijlage 7	Voedingsmerken in TikTok-posts	305

Samenvatting

In 2023 heeft Panteia geïnventariseerd in welke mate kinderen met reclame voor voedingsmiddelen in aanraking (kunnen) komen en in hoeverre de geïnventariseerde reclames lijken te voldoen aan de Reclamecode Voor Voedingsmiddelen (RvV) in de Nederlandse ReclameCode (NRC). Daarbij is ook gekeken in hoeverre de getoonde voedingsproducten voldoen aan de richtlijnen voor gezonde voeding van het Voedingscentrum Nederland, namelijk de 'Schijf van Vijf'. In de monitor zijn zowel media als de fysieke omgeving gericht op kinderen in beeld gebracht:

Media	Fysieke omgeving
Televisie (reclames rond uitzendingen van kinderprogramma's)	**Sportverenigingen, onderwijsinstellingen en kinderopvang** (activiteiten rondom eten en drinken)
Websites van voedingsfabrikanten en reclame op websites voor kinderen	**Verpakkingsmateriaal** (aanwezigheid van licensed characters)
Sociale media van voedingsfabrikanten (Facebook, Instagram, TikTok)	**Supermarkten** (spaar- en winacties door supermarkten en/of voedingsmerken)
Influencers via YouTube, Instagram en TikTok (reclame op YouTube en gesponsorde berichten)	**Recreatievoorzieningen, pannenkoekhuizen & bioscopen** (reclame-uitingen bij indoor- en outdoor speeltuinen en pannenkoekhuizen, schermreclame voorafgaand aan kinderfilms)
	Sportevenementen voor kinderen (sponsoring, producten uitdelen)

Resultaten

Via alle onderzochte vormen van media en in alle facetten van de fysieke omgeving kunnen kinderen in meer of mindere mate in aanraking komen met voedingsreclame. Een klein deel van deze reclames lijkt in overeenstemming met de regels en uitzonderingen in de RvV. Een groter deel lijkt echter niet aan deze regels te voldoen. Bovendien staan de meeste voedingsproducten waarvoor reclame wordt gemaakt niet in de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum.

De mate waarin kinderen met voedingsreclame in aanraking komen verschilt per medium en kanaal. Deels lijken het te gaan om bewuste kindermarketing en deels om onbewuste keuzes van de producenten. De ontwikkelingen in marketinguitingen verschillen per kanaal. Er is een afname van reclame gericht op kinderen via reguliere kindertelevisie, advertenties rondom video's op YouTube en bioscoopreclames. Daarentegen neemt reclame via internet toe, was er meer reclame bij recreatielocaties, meer kindgerichte supermarktacties en zagen wij meer sponsoring door voedingsmerken van sportevenementen. Daarnaast blijven de sociale media TikTok en Instagram, characters op verpakkingen aandachtspunten vanwege voortdurende reclame.

In de onderstaande tabel is per kanaal weergegeven wat er is geïnventariseerd en wat deze inventarisatie heeft opgeleverd.

Kanaal	Geïnventariseerd	Resultaat inventarisatie
Televisie	Alle reclameblokken rondom kinderprogramma's en reclames rondom de 10 best bekeken programma's door kinderen 6-12 jaar	Na afloop van de kinderprogrammering op NPO 3 waren er 66 reclames voor 20 merken van voedingsmiddelen, waarvan de meeste niet in de Schijf van Vijf staan. Rondom kinderprogramma's op RTL 4 waren er 45 reclames voor 15 verschillende merken, waarvan de meeste niet in de Schijf van Vijf staan. Rondom meer incidentele uitzendingen van kinder-/animatiefilms (op RTL4, NET5, SBS6 en SBS9) worden relatief veel reclames voor voedingsmiddelen uitgezonden, waarvan de meeste niet in de Schijf van Vijf staan. Rondom de tien best bekeken programma's waren 30 reclames voor 17 voedingsproducten, waarvan 3 in de Schijf van Vijf staan (alle voldoen aan de RvV omdat het aandeel van kinderen onder de 13 minder dan 25% is).
Websites voedingsfabrikanten	118 websites	21 van de 118 bekeken websites bevatten kindgerichte elementen, waarvan 15 voor producten die vermoedelijk niet voldoen aan criteria in de RvV. Daarnaast 4 websites die in vormgeving aantrekkelijk voor kinderen uitzien, maar dit qua inhoud niet zijn.
Kinderwebsites	13 meest bezochte kinderwebsites	Op 10 websites 390 reclames voor 139 voedingsmiddelen, waarvan de meeste vermoedelijk niet voldoen aan de RvV.
Sociale media van producenten	74 Facebookpagina's, 84 Instagrampagina's, 22 TikTok accounts	8 merken met socialemedia-pagina's die ogenschijnlijk op kinderen zijn gericht, doelgroep echter onduidelijk in verband met gebruikersvoorwaarden sociale media.
Influencers op YouTube	2.404 video's van 43 populaire YouTubers	In 921 video's voedingsmerk(en) in beeld (38% van de bekeken video's), waarvan 13 advertenties door YouTube voor of tijdens de video geplaatst of via reclamebanners (1% van alle video's met voedingsmerken) en 191 gevallen van gesponsorde content (21% van alle video's met voedingsmerken), waaronder 167 video's met een eigen product van de YouTuber. Aangezien de samenstelling van de kijkers van de video's onbekend is, kan geen sluitende conclusie worden getrokken of de reclames voldoen aan de RvV.
Influencers op Instagram	4.804 posts en 20.214 stories van 55 populaire influencers	In 1.482 posts en stories voedingsmerk(en) in beeld (6% van alle bekeken posts), waarvan 40% zeker sprake van betaalde promotie. Bij 47% van de merken in beeld is het onduidelijk of het een betaalde promotie is, maar wordt de merknaam wel duidelijk in beeld gebracht, bijvoorbeeld door het merk te 'taggen'. Aangezien de samenstelling van de kijkers van de posts onbekend is, kan geen sluitende conclusie worden getrokken of de reclames voldoen aan de RvV.
Influencers op TikTok	3.783 posts van 33 populaire TikTokers	In 296 posts voedingsmerk(en) in beeld (8% van alle bekeken posts), waarvan 81 gevallen van (vermoedelijk of duidelijk) gesponsorde content (27% van de posts met voedingsmerken in beeld). Aangezien de samenstelling van de kijkers van de posts onbekend is, kan geen sluitende conclusie worden getrokken of de reclames voldoen aan de RvV.
Sportverenigingen, scholen en	Enquête onder steekproef van sportverenigingen	Sportverenigingen:71% van de respondenten vanuit sportclubs geeft aan dat hun vereniging wordt gesponsord door partijen uit

kinderopvang	(n=79), onderwijsinstellingen (n=362), en kinderopvang (n=234).	de voedingsindustrie, veelal horeca, fastfood en/of supermarkten. Onderwijsinstellingen: Veel onderwijsinstellingen bieden eten en drinken aan, daarbij is echter nauwelijks sprake van reclame. In het voortgezet onderwijs en mbo heeft 65% van de instellingen frisdrank- en/of snackautomaten met daarin vooral producten met veel zout, suiker en/of verzadigde vetten. Kinderopvang: Grote meerderheid biedt eten of drinken of daaraan gerelateerde activiteiten aan, in geen geval wordt daarbij reclame gemaakt.
Licensed characters op erpakkingen	Afbeeldingen van characters geïnventariseerd via websites van supermarkten en winkels	13 producten met licensed characters op verpakkingsmateriaal van 10 producenten, waarvan 9 producten vermoedelijk niet voldoen aan de RvV. Bovendien wordt er ook gebruik gemaakt van characters gericht op jonge kinderen (<7 jaar). Daarnaast zijn er 130 brand characters (van het merk zelf) gezien en neemt de hoeveelheid 'creatief gevormd' eten (vooral koek en snoep) toe.
Acties in supermarkten	Alle acties bij de grote landelijke ketens	22 acties (deels) op kinderen gericht. Het aantal kindgerichte acties waarbij actieproducten worden betrokken, neemt af. In 2023 was dit bij 4 acties het geval. In alle gevallen voldeden de meeste betrokken producten niet aan de voedingskundige criteria in de RvV en stonden ze niet in de Schijf van Vijf. Daarnaast 30 acties op ouders/het hele gezin gericht.
Recreatie, pannenkoekhuizen & bioscopen	14 recreatielocaties, 5 pannenkoekhuizen en 7 bioscopen bezocht	Op 8 recreatielocaties werden totaal 14 merken gepromoot, waarvan 3 voldoen aan de voedingskundige criteria in de RvV en 1 in de Schijf van Vijf staat. In 4 pannenkoekhuizen reclame voor 9 verschillende merken en in 3 bioscopen reclame voor 4 verschillende merken, waaronder verschillende producten met veel suiker.
Sportevenementen	15 evenementen bezocht	Bij 13 evenementen was er sprake van sponsoring door 37 verschillende merken, waarvan slechts 6 aan de RvV lijken te voldoen en 4 in de Schijf van Vijf staan.

Uit deze editie van de Monitor komen de volgende aandachtspunten naar voren:

- **Televisiereclame ingekocht voor andere doelgroepen en gericht op het hele gezin, 25% norm lijkt niet maatgevend.** We zien dat kinderen nog in aanraking kunnen komen met aanzienlijke hoeveelheden reclame op televisie in reclameblokken die waarschijnlijk met volwassenen/gezinnen op het oog zijn ingekocht. Het gaat om reclames direct na afloop van kinderprogramma's en rondom programma's voor een breder publiek. Ook zagen wij relatief veel reclame rondom kinderfilms op Talpa, een aanbieder die geen reclamepakketten gericht op kinderen in het assortiment heeft.
- **Bewuste en onbewuste promotie via influencers, vooral voor ongezonde keuzes**. We zien veel voedingsproducten in posts van influencers. Deels zijn dit betaalde samenwerkingen (waaronder de promotie van eigen producten), maar grotendeels waarschijnlijk niet. Desondanks is het een aandachtspunt hoeveel merken en producten de influencers van buiten de Schijf van Vijf tonen, waaronder veel fast food. Vooral jongeren en jonge kinderen laten zich hierdoor beïnvloeden en zullen daardoor eerder ongezonde keuzes in hun eetpatroon gaan maken.
- **Voedingskundige criteria RvV minder beperkend dan de Schijf van Vijf**. Een jaarlijks terugkerend punt van aandacht is het feit dat de voedingskundige

criteria in de RvV minder streng zijn dan de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum. De voedingskundige criteria bieden geregeld meer ruimte, vooral voor zoutjes/chips, maaltijden en caloriearme dranken. Wanneer als criterium zou worden gehanteerd dat alle getoonde producten moeten voldoen aan criteria voor gezonde voeding (zoals de Schijf van Vijf), zouden bepaalde reclames niet meer op kinderen gericht kunnen worden.

- **Lid van UNESDA is geen garantie dat er geen voedingsmarketing voor kinderen plaatsvindt.**
  Een groot aantal frisdrankfabrikanten heeft gezamenlijk afgesproken geen reclame te maken voor kinderen onder de dertien jaar. Uit deze monitor blijkt dat het toch nog geregeld voorkomt en UNESDA lidmaatschap dus niet voorkomt dat er reclame gericht op kinderen wordt gemaakt.
- **Grijs gebied met licensed characters en creatief gevormd eten, waar producenten graag gebruik van maken.**
  Het gebruik van licensed characters is niet toegestaan onder de RvV. Het gebruik van brand characters of creatief gevormd eten is dat wel. Daar wordt dan ook in grote getalen gebruik van gemaakt om het eten in vormgeving aantrekkelijk te maken voor kinderen.
- **Wetgeving in de maak met betrekking tot voedingsmarketing voor kinderen.**
  De staatssecretaris van VWS werkt aan wetgeving op het gebied van voedingsmarketing voor kinderen. Hierin zal worden opgenomen dat er alleen marketing voor voedingsproducten gericht op kinderen tot 18 jaar mag plaatsvinden wanneer deze voldoet aan de voedingskundige criteria van het Voedingscentrum. Dit zal waarschijnlijk gevolgen hebben voor de uitingen van voedingsreclame die in deze monitor zijn opgenomen.

1

1 Inleiding

1.1 Monitor kindermarketing voeding

In opdracht van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS, directie Voeding, Gezondheidsbescherming en Preventie) heeft Panteia in 2023 verschillende vormen van reclame voor voedingsproducten gericht op kinderen in beeld gebracht. Via steekproeven uit verschillende media en op verschillende locaties is getracht een beeld te krijgen van de mate waarin kinderen tot 13 jaar oud in aanraking (kunnen) komen met voedingsreclame. De inventarisatie is uitgevoerd in omgevingen die zich specifiek op kinderen richten en omgevingen die zich op het hele gezin richten. Bij die laatstgenoemde omgeving (zoals supermarkten) is vooral gekeken naar (mogelijk) kindgerichte acties.

De monitor bestaat uit twee delen:

Deel 1: media
De volgende vormen van media zijn in beeld gebracht:
- Televisie (reclames rond uitzendingen van specifieke kinderprogramma's en onder kinderen populaire programma's),
- Websites (voedingsfabrikanten en websites voor kinderen),
- Sociale media van voedingsfabrikanten (Facebook, Instagram),
- Influencers via YouTube (YouTubers),
- Influencers via Instagram,
- Influencers via TikTok.

Deze onderdelen zijn voor het hele jaar (1 januari t/m 31 december) in beeld gebracht.

Deel 2: fysieke omgeving
Naast de bovengenoemde media is er ook een inventarisatie geweest van hoe kinderen in het dagelijkse leven in aanraking kunnen komen op plaatsen waar zij veel komen, c.q. die op kinderen zijn gericht. Daarbij is specifiek gekeken naar:
- Reclame via sportverenigingen onderwijs,
- Licensed characters op verpakkingsmateriaal,
- Acties in supermarkten,
- Recreatievoorzieningen (met name indoor speeltuinen) en bioscopen,
- Sportevenementen voor kinderen.

Deze onderdelen zijn op basis van steekproeven in beeld gebracht in de periode 1 juni tot en met 31 december 2023.

Van de geïnventariseerde media en locaties brengen wij de volgende zaken in beeld:
- Vormen van marketing waarmee kinderen in aanraking (kunnen) komen.
- De voedingsproducten (c.q. merken) die wordt gepromoot.
- De vraag in hoeverre de geadverteerde voedingsproducten lijken te voldoen aan de voorschriften voor dergelijke reclames in de Reclamecode voor Voedingsmiddelen (RvV), onderdeel van de Nederlandse Reclamecode (NRC).

- De vraag in hoeverre de geadverteerde voedingsproducten voldoen aan de richtlijnen voor gezonde voeding van het Voedingscentrum Nederland, namelijk de 'Schijf van Vijf'.

In de hoofdstukken 2 tot en met 12 presenteren wij per onderdeel de resultaten van de inventarisatie. In het afsluitende hoofdstuk 13 hebben wij een beschouwende analyse en conclusies opgenomen.

In deze inleiding gaan wij hierna kort in op de afspraken in de Nederlandse Reclamecode, de uitdagingen bij het beoordelen in hoeverre reclames aan de eisen voldoen en hoe wij de reclames beoordelen. Een nadere toelichting op de aanpak en de onderzoeksactiviteiten is opgenomen in bijlage 1.

1.2 Over de reclamecode

Deze monitor gaat over voedingsreclame gericht op kinderen. Voordat we ingaan op de kenmerken van dit specifieke type reclame, is het relevant om de kaders te schetsen, aan de hand van de definitie van 'reclame' van de Stichting Reclame Code in het onderstaande tekstblok.[1]

> **Wanneer is er sprake van reclame?**
>
> Onder reclame wordt verstaan: iedere openbare en/of systematische directe dan wel indirecte aanprijzing van goederen, diensten en/of denkbeelden door een adverteerder of geheel of deels ten behoeve van deze, al dan niet met behulp van derden. Onder reclame wordt mede verstaan het vragen van diensten.
>
> Adverteerder is een organisatie of een persoon niet zijnde een consument. Vormen van reclame zijn onder meer: telewinkelen, telemarketing, sponsoring, productplaatsing, verpakking, etikettering, direct marketing en buzz marketing.

In deze monitor vertalen wij deze definitie naar de volgende vormen kindermarketing, oftewel reclame die gericht is op kinderen en/of waar aanzienlijke groepen kinderen mee in aanraking kunnen komen[2]:

Media
- Televisie (lineair)
  - Reclames in reclameblokken voorafgaand, tijdens en na afloop van televisieprogramma's met kinderen als doelgroep en programma's die populair zijn bij kinderen onder de 13.
- Websites
  - Uitingen van voedingsproducenten via hun eigen website.

[1] Integraal overgenomen van: https://www.reclamecode.nl/nrc/

[2] NB: in deze monitor gaan we uit van de huidige regels die van toepassing zijn op kindermarketing. Dit betekent dat de regels gelden voor kinderen tot 13 jaar. Dit staat dus los van de wetgeving die in voorbereiding is, waarin de leeftijd wellicht wordt verhoogd naar 18 jaar.

  - Advertenties op websites gericht op kinderen (al dan niet gefaciliteerd door een derde partij).

- Sociale media
  - Uitingen van voedingsproducenten via hun eigen sociale mediakanalen (Facebook en Instagram).
- Influencers via YouTube, Instagram en TikTok
  - Reclames voorafgaand aan YouTube video's.
  - Reclames tijdens YouTube video's (reclames van derden die de video kort onderbreken).
  - Banners in beeld tijdens YouTube filmpjes.
  - Gesponsorde content/product placement in YouTube en TikTok video's en op Instagram.

Fysieke omgeving
- Scholen, kinderopvang en sportverenigingen
  - Beleid van deze organisaties ten aanzien van voedselmarketing en de vormen van marketing waarmee kinderen in aanraking kunnen komen via deze organisaties.
- Verpakkingsmateriaal
  - Gebruik van kinderidolen /licensed characters (bekende personen of fictieve figuren die bekend en geliefd zijn onder kinderen) op verpakkingen van voedingsproducten.
- Supermarkten
  - Acties gericht op kinderen, zoals spaaracties, prijsvragen en geschenken bij aankoop van producten (hieronder vallen niet de eventuele speciale schappen met actieproducten.
- Recreatie & bioscopen
  - Reclame-uitingen in en om recreatievoorzieningen, buiten de point-of sale. Bijvoorbeeld: meubilair met merknamen, reclameborden.
  - Reclames op het scherm voorafgaand aan een bioscoopfilm.
- Sportevenementen voor kinderen
  - Sponsoring van evenementen, inclusief het uitdelen van producten.

De monitor heeft alleen betrekking op reclame-uitingen die onder toezicht van de Stichting Reclame Code vallen. Dit betekent dat het moet gaan om reclames gericht op het Nederlandse publiek vanuit Nederlandse organisaties (of de Nederlandse tak van internationale organisaties) voor producten die in Nederland verkrijgbaar zijn.[3]

Reclamecode voor Voedingsmiddelen

De afspraken over voedingsreclame gericht op kinderen zijn geregeld via zelfregulering in de Reclamecode voor Voedingsmiddelen (RvV). Er gelden drie uitzonderingen op de afspraken om geen reclame voor voedingsmiddelen te maken gericht op kinderen van 0 tot en met 12 jaar:

[3] NB: in een aantal gevallen vermelden wij wel merken die (nog) niet op de Nederlandse markt verkrijgbaar zijn. In het verleden zijn namelijk reclamecampagnes via sociale media gevoerd voor producten die op dat moment nog niet in Nederland verkrijgbaar waren, maar later wel. De campagnes dienden daarmee als aankondiging voorafgaand aan de lancering van het product.

1 reclame voor voedingsmiddelen gericht op kinderen tot en met 12 jaar die tot stand is gekomen in samenwerking met de overheid en/of een andere erkende autoriteit op het terrein van voeding, gezondheid en/of beweging;
2 reclame op verpakkingen en/of point-of-sale materiaal;
3 reclame voor voedingsmiddelen gericht op kinderen van 7 tot en met 12 jaar die voldoet aan de voedingskundige criteria zoals opgenomen in de tabel met bijbehorende portiegroottelijst die geraadpleegd kan worden in de online versie van de RvV op www.reclamecode.nl/nrc.

In de RvV wordt reclame voor voedingsmiddelen beschouwd te zijn gericht op kinderen:

a. als deze wordt geuit in media welke zich volgens het algemeen in de markt geaccepteerde bereiksonderzoek specifiek richten op kinderen tot en met 12 jaar.
b. als deze wordt geuit in media die zich niet specifiek richten op kinderen tot en met 12 jaar maar het publiek waarvoor de reclame is bestemd zich volgens het algemeen in de markt geaccepteerde bereiksonderzoek voor minimaal 25% bestaat uit kinderen tot en met 12 jaar.

Daarnaast is er een aantal specifieke eisen waaraan de reclames moeten voldoen:

- Een reclame voor een voedingsmiddel dat geassocieerd wordt met een bepaald specifiek voor kinderen bestemd televisie en/of radioprogramma mag niet getoond worden in reclameblokken tijdens en direct aansluitend op de uitzending van dat programma.
- In reclame specifiek gericht op kinderen, zal een kinderidool niet actief een voedingsmiddel en/of daaraan gerelateerde premiums en diensten aanprijzen.
- In een reclame-uiting specifiek gericht op kinderen mag bij de aanprijzing van een voedingsmiddel niet de indruk worden gewekt dat de consumptie van het aangeprezen voedingsmiddel hen meer status of populariteit onder leeftijdgenoten biedt dan de consumptie van een ander voedingsmiddel.
- Frisdrankfabrikanten aangesloten bij de brancheorganisatie UNESDA hebben afgesproken geen reclame op kinderen jonger dan 13 te richten, ook niet voor hun producten die op basis van de voedingswaarden wel zouden zijn toegestaan.

Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken (RVA) en Reclamecode voor Alcoholarm en Alcoholvrij Bier (RVAAB)

Naast de RVA kan in sommige gevallen ook de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken (RVA) of de Reclamecode voor Alcoholarm en Alcoholvrij Bier (RVAAB) van toepassing zijn. Kinderen kunnen immers ook in aanraking komen met reclame voor alcoholhoudende dranken of de alcoholvrije varianten daarvan.

In de RVA is opgenomen dat reclame voor alcoholhoudende drank zich niet specifiek mag richten tot minderjarigen (personen jonger dan 18). Dit is (o.a.) op dezelfde wijze geoperationaliseerd als in de RvV, namelijk: reclame voor alcoholhoudende drank in welke vorm dan ook mag geen publiek bereiken dat voor meer dan vijfentwintig procent (25%) bestaat uit minderjarigen. Deze regel is zowel voor media als evenementen van toepassing. Een uitzondering hierop is voor reclame-uitingen die deel uitmaken van het reguliere straatbeeld en op incidentele situaties waarop de adverteerder geen invloed heeft. Onder regulier straatbeeld wordt verstaan: “al die situaties die men redelijkerwijs kan verwachten in het straatbeeld en die ook conform

deze Code zijn toegestaan, zoals bijvoorbeeld lichtbakken met aanduidingen van de merken die men daar tapt of schenkt aan de gevel van cafés en/of restaurants en reclames in abri's."

1.3 Uitdagingen bij het beoordelen van reclames

In deze monitor bekijken we in hoeverre kinderen jonger dan 13 in aanraking komen met reclame voor voedingsmiddelen en in hoeverre deze voldoen aan afspraken die daarover zijn gemaakt. En hoewel de Reclamecode voor Voedingsmiddelen op hoofdlijnen duidelijk is, vergt de uiteindelijke beoordeling in hoeverre een reclame aan de NRC voldoet bijzondere aandacht. Dit hangt namelijk af van het definiëren van de doelgroep en een inhoudelijke beoordeling van het product.

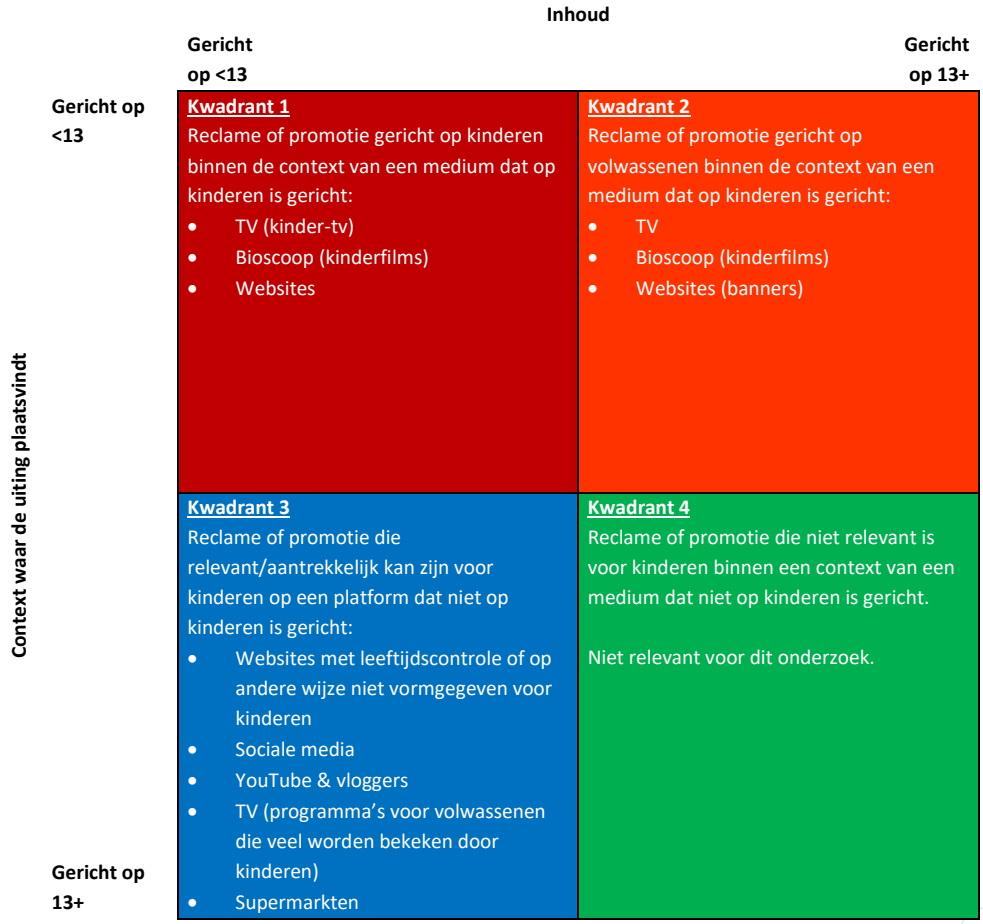
Doelgroep
Sommige reclame-uitingen zijn duidelijk op kinderen in het algemeen of op kinderen van 12 jaar of jonger in het bijzonder gericht (kwadrant 1 in onderstaand figuur 1.1). Bepaalde (bioscoop)films, televisieprogramma's (en zelfs hele zenders), websites en locaties zoals indoor speeltuinen en sportevenementen zijn duidelijk op (jonge) kinderen georiënteerd. In die gevallen mag er geen voedingsreclame worden getoond (tenzij deze aan de genoemde uitzonderingen voldoet). Aan de andere kant van het spectrum staan media-uitingen die zowel inhoudelijk als in de vormgeving uitsluitend gericht zijn op een doelgroep van 13 jaar of ouder (kwadrant 4). Dit is bijvoorbeeld te zien aan de kijkwijzer, die aangeeft dat iets voor 16 jaar en ouder is. Voor deze kanalen gelden de restricties ten aanzien van het uitzenden van voedingsreclame gericht op kinderen niet.

Er is tussen de twee uiterste punten op dit spectrum echter een grijs gebied, waarbij het niet altijd duidelijk is in hoeverre er direct of indirect sprake is van kindermarketing. Dit hangt samen met de vraag of de reclame-uiting en/of het product inhoudelijk interessant is voor kinderen onder de 13 en of deze uiting plaatsvindt in een context gericht op kinderen:

- *Inhoud (en dus ook reclame) is relevant voor kinderen onder de 13 jaar oud, maar context is niet specifiek op kinderen gericht.* Voor televisieprogramma's met een breed publiek geldt hiervoor de vuistregel dat er geen voedingsreclame gericht op kinderen mag worden getoond als uit de gegevens van Stichting Kijk- en Luisteronderzoek (SKO) blijkt dat 25% of meer van de kijkers onder de 13 is. Voor online media (websites, sociale media en YouTube) is het aandeel kijkers onder de 13 niet te achterhalen. Soms geldt er formeel zelfs een leeftijdsrestrictie (bijvoorbeeld voor het aanmaken van een account voor sociale media of en leeftijdscontrole voor het mogen bezoeken van een website). Desondanks lijken meerdere online kanalen zich in sterke mate op kinderen te richten. In die gevallen kan er echter geen sluitende uitspraak worden gedaan of er sprake is van (voedings-)reclame gericht op kinderen, omdat het kanaal formeel niet (specifiek) voor kinderen is bestemd en/of het niet inzichtelijk is of meer dan 25 procent van de kijkers/bezoekers jonger dan dertien jaar is. Eenzelfde uitdaging speelt bij supermarktacties, waarbij er voor kinderen aantrekkelijke verzamelacties worden georganiseerd in een context (winkels) die primair op volwassenen is gericht.
- *Inhoud die niet interessant is voor kinderen, maar wel via een op kinderen gericht medium wordt uitgezonden.* Anderzijds komt het ook voor dat kinderen in hun

eigen (fysieke of digitale) omgeving worden geconfronteerd met inhoud die duidelijk voor volwassenen is bedoeld. Zo kan reclame voor babyvoeding (in welke context dan ook) te allen tijde worden gezien als gericht op de ouders en niet op de baby's zelf.
Online reclame voegt nog een dimensie toe aan reclames die kinderen te zien krijgen, maar gericht zijn op een ouder publiek. Op websites en op YouTube worden namelijk automatisch reclamebanners en reclamefilmpjes gegenereerd. Deze reclames worden (mede) geselecteerd op basis van het zoek- en surfgedrag van de gebruiker. Wanneer een kind dus video's op YouTube bekijkt met de tablet van zijn ouders, kunnen er (voedings-)reclames worden gegenereerd die eigenlijk niet voor kinderen bestemd zijn.

Figuur 1.1 Vierdeling in inhoud en context voor reclame gericht op verschillende doelgroepen



In deze monitor is naar alle vormen van reclame gekeken waarmee kinderen worden geconfronteerd, zowel in de kindgerichte context (bovenste helft figuur 1.1) als op de inhoudelijk interessante kanalen voor kinderen (linkerhelft van figuur 1.1).

Productkenmerken gezonde voeding
Voor bepaalde voedingsproducten mag wel reclame worden gemaakt richting de doelgroep 7 tot 13-jarigen, mits dit aan de voedingskundige criteria voldoet, zoals

deze in de RvV zijn vastgelegd. Ook mogen er promotiecampagnes worden gevoerd als deze in samenwerking zijn met de overheid en/of een andere erkende autoriteit op het terrein van voeding, gezondheid en/of beweging.

De bekendste autoriteit op het gebied van gezonde voeding is het Voedingscentrum. Deze organisatie hanteert de 'Schijf van Vijf' als belangrijkste criterium om te bepalen of een voedingsmiddel gezond is[4]. De criteria van het Voedingscentrum zijn over het algemeen strenger dan de criteria die de RvV hanteert. Voor de Schijf van Vijf kunnen voedingsproducten in drie categorieën vallen:

- Staat in de Schijf van Vijf: op basis van de voedingswaarden is een product gezond.
- Dagkeuze: een product staat niet in de Schijf van Vijf en een consument kan dus gezonder kiezen. Er wordt geadviseerd om niet méér dan 3x per dag een dergelijk product te eten.
- Weekkeuze: een product staat niet in de Schijf van Vijf en een consument kan dus gezonder kiezen. Er wordt geadviseerd om niet méér dan 3x per week een dergelijk product te eten. De weekkeuzes zijn dus ongezonder dan de dagkeuzes.

In deze monitor kijken wij alleen of een product in de Schijf van Vijf staat, niet of het een dag- of weekkeuze is. Overigens zijn niet alle voedingsproducten door het Voedingscentrum beoordeeld op basis van de Schijf van Vijf. Producten zoals babyvoeding en bepaalde dieetproducten zijn niet beoordeeld.

1.4 Leeswijzer

Interpretatie van de resultaten

Deze monitor heeft als doel om te laten zien met welke vormen van voedingsmarketing kinderen tot 13 in aanraking kunnen komen. Daarvoor zijn van verschillende media en verschillende locaties de marketinguitingen van voedingsproducenten en horeca-ondernemers in beeld gebracht. Bij de inventarisatie zijn we zo secuur mogelijk te werk gegaan en hebben we te allen tijde ernaar gestreefd om een setting te creëren die de leefwereld van kinderen in de basisschoolleeftijd simuleert. Dit wil zeggen: kijken naar televisieprogramma's die voor deze doelgroep interessant zijn, influencers die zij zouden kunnen volgen en het bezoeken van locaties waar ook kinderen komen.

De monitor geeft echter geen zekerheid dat alle kinderen met alle gevonden vormen van voedingsmarketing in aanraking komen. Alle kinderen vertonen ander gedrag, zowel in de locaties waar zij naartoe gaan, in de programma's die zij op televisie zien en in hun online activiteiten. Met name de online wereld kan voor ieder kind zeer verschillend zijn, omdat algoritmes op basis van getoonde interesses suggesties kunnen doen voor (potentieel) interessante video's en posts. Dergelijk gedrag is zeer lastig te simuleren. Daarom kiezen wij er bewust voor om in ieder geval een aantal van de populairste influencers gericht te volgen.

De aantallen gevonden vormen van kindermarketing die wij in dit rapport noemen zijn vooral indicatief. Ze geven een globaal beeld van de mate waarin kindermarketing per

[4] Zie: http://www.voedingscentrum.nl/nl/gezond-eten-met-de-schijf-van-vijf.aspx

medium of per locatie voorkomt binnen onze 'gesimuleerde' werkelijkheid van de leefwereld van een kind. De aantallen dienen er vooral toe om ontwikkelingen van jaar tot jaar te kunnen monitoren. Ze zijn niet bedoeld als een definitief antwoord op de vraag "hoeveel advertenties voor voedingsmiddelen ziet een kind jaarlijks?" Het antwoord daarop zal immers per kind verschillen.

De aantallen lenen zich ook niet goed om tussen de verschillende media of tussen de media en fysieke locaties te vergelijken. Er kunnen globale conclusies worden getrokken waar voedingsmarketing toe- of afneemt. Maar een causaal verband tussen toe- en afnames is daarbij niet te leggen. Daartoe is verdiepend onderzoek naar marketingstrategieën van voedingsproducenten nodig.

Beoordeling van reclames

Uiteindelijk is alleen de Reclame Code Commissie (RCC) bevoegd om te oordelen of een reclame wel of niet aan de gestelde eisen voldoet. Dit gebeurt altijd achteraf op basis van klachten. De RCC neemt de klachten van consumenten en organisaties in behandeling, en komt tot een afgewogen oordeel over de vraag of een reclame wel of niet in lijn is met de RvV. In dit rapport geven wij hier een interpretatie van, en beoordelen wij in hoeverre een reclame in lijn met de RvV lijkt te zijn.

Op verzoek van het ministerie van VWS is er in deze monitor gekeken in hoeverre voedingsreclames voldoen aan zowel de criteria in de RvV als die in de Richtlijnen Schijf van Vijf van het Voedingscentrum. Daarbij is voor de controle ten aanzien van de Schijf van Vijf ervoor gekozen om alleen de producten die in de Schijf van Vijf staan als 'gezond' aan te merken.

Bij het beoordelen van de reclames gebruiken we de volgende termen:

Oordeel	RvV	Schijf van Vijf
Ja	Product lijkt te voldoen aan de RvV (op basis van de voedingskundige criteria en/of andere redenen)	Product staat in de Schijf van Vijf
Nee	Product lijkt niet te voldoen aan de voedingskundige criteria van de RvV	Product is een dag- of een weekkeuze.
Afhankelijk van product (veelal bij reclame door een winkel of algemene promotie van een merk)	Het merk heeft meerdere varianten waarvan een deel wel en een deel niet voldoet aan de voedingskundige criteria van de RvV.	Het merk heeft meerdere varianten waarvan een deel wel en een deel niet in de Schijf van Vijf staat.
Afhankelijk product en portiegrootte (veelal bij Horeca)	Algemene promotie voor een product of horeca, waarbij de keuze bij de consument ligt om voor een product of portiegrootte te kiezen die wel of niet voldoet aan de voedingskundige criteria van de RvV.	Algemene promotie voor horeca, waarbij de keuze bij de consument ligt om voor iets te kiezen wat wel of niet in de Schijf van Vijf staat.
Niet beoordeeld/ N.B./ onbekend	Product(type) niet beoordeeld in de Voedingskundige criteria van de RvV en/of geen voedingswaarden bekend.	Product niet beoordeeld voor de Schijf van Vijf.

Bij het beoordelen van een reclame waarin meerdere producten worden getoond (of een combinatie van producten wordt getoond) hanteren wij de volgende uitgangspunten:

- Als het gaat om een samengestelde maaltijd, bestaande uit meerdere producten, wordt aangegeven dat het voldoen aan de voedingskundige criteria in de RvV en/of de Schijf van Vijf afhangt van de exacte samenstelling. Dit is veelal niet op basis van de getoonde samenstelling te herleiden.
- Wanneer het gaat om onafhankelijk van elkaar getoonde producten, beoordelen wij al deze producten los van elkaar. Als één van de getoonde producten niet voldoet aan de voedingskundige criteria en/of niet in de Schijf van Vijf staat, wordt de volledige reclame beoordeeld als 'voldoet waarschijnlijk niet aan RvV en/of de Schijf van Vijf'.
- Bij reclames voor bezorgdiensten (zowel maaltijden als boodschappen) of winkels kijken wij zo veel mogelijk naar de producten die in beeld worden gebracht in de reclame. Op basis van de getoonde producten vormen wij dan een oordeel.

Disclaimer

De beoordelingen van de reclames en andere marketinguitingen zijn met de grootste zorg en naar de beste inzichten van de onderzoekers van Panteia gemaakt. Voor het beoordelen of een product voldoet aan de Schijf van Vijf is gebruik gemaakt van de 'Kies Ik Gezond?'-app van het Voedingscentrum. De bron hiervan is de Levensmiddelen-databank, waarin merkproducten individueel getoetst zijn aan de criteria van de Schijf van Vijf. De beoordelingen of een reclame of marketinguiting lijkt te voldoen aan de RvV is indicatief. Het kan altijd gebeuren dat een oordeel incorrect is of dat er een andere interpretatie van de reclame, de doelgroep of het product mogelijk is. Een sluitend oordeel of een reclame voldoet aan de RvV is alleen door de RCC te geven.

2

2 Televisie

In dit hoofdstuk gaan wij in op de resultaten van de inventarisatie van reclames op televisie voor voedingsmiddelen rondom kinderprogramma's en (aantoonbaar) goed bekeken programma's door kinderen.

Resultaten televisie
De belangrijkste resultaten van de inventarisatie van televisiereclames zijn de volgende:

- Ondanks de regels in de Reclamecode voor Voedingsmiddelen waren er ook in 2023 reclames voor voedingsproducten rondom kinderprogramma's op televisie. Deze bestonden zowel uit reclames voor voedingsmiddelen die vermoedelijk wel aan de voedingskundige criteria van de RvV voldoen, als die daar niet aan voldoen.
- Het gaat daarbij om reclames die worden uitgezonden *na afloop* van kinderprogramma's op NPO 3 en RTL 4, maar ook tussen de kinderprogramma's door. Dit gebeurt zowel bij RTL 4 als bij de zenders van Talpa (Net 5, SBS 6 en SBS 9).
- Na afloop van de kinderprogrammering op NPO 3 waren er 66 reclames voor 20 merken van voedingsmiddelen, waarvan de meeste niet in de Schijf van Vijf staan.
- Rondom kinderprogramma's op RTL 4 waren er 45 reclames voor 15 verschillende voedingsmerken. Dit is een afname ten opzichte van vorig jaar, toen er nog 73 reclames werden uitgezonden. Wel zien we een toename van het aantal voedingsreclames tijdens de kinderprogramma's (van 1 naar 15)
- Evenals vorig jaar kunnen de incidenteel uitgezonden kinder- en Rondom meer incidentele uitzendingen van kinder-/animatiefilms (op RTL4, NET5, SBS6 en SBS9) als een aandachtspunt worden gezien. Tussen deze films door werd er volop reclame gemaakt voor voedingsproducten waarvoor niet mag worden geadverteerd aan kijkers onder de 13. Hoewel slechts drie van de uitgezonden films voor 25% of meer kinderen onder de 13 als kijkerspubliek hadden (1 op RL4, 2 op de Talpa-zenders), was het aantal kijkers geregeld tussen de 10 en 30 duizend.
- In de top tien van best bekeken programma's door kinderen van 6 tot en met 12 jaar (in absolute aantallen) stonden twee programma's die niet speciaal voor kinderen waren gemaakt, namelijk: 'Wie is de mol?' en 'Masked Singer'. Na afloop en/of tijdens deze uitzendingen waren verschillende voedingsmerken te zien. Het aandeel kijkers jonger dan 13 was echter 8% en 7.5%, en dus minder dan 25%, waardoor er geen sprake is van een overtreding van de RvV.
- Er waren in 2023 (evenals voorgaande jaren) geen reclames voor voedingsmiddelen op de kinderzenders Disney, Disney XD en Nickelodeon.

We gaan hieronder allereerst in op context, de regels en het beleid voor televisiereclame (paragraaf 2.1). Vervolgens belichten wij alle gevonden reclames,

enerzijds reclames rondom kinderprogramma's (2.2) en anderzijds rondom de best bekeken programma's onder 6 tot 12-jarigen (2.3).

Dit jaar is er voor deze monitor niet gekeken naar reclame voorafgaand aan online uitzendingen via Uitzending Gemist en RTL XL. In voorgaande jaren bleek namelijk dat er bij deze diensten rondom kinderprogramma's geen reclame werd uitgezonden. Ook is er niet meer gekeken naar 'product placement' in kinderprogramma's omdat dit in de afgelopen jaren enkel om incidenten ging, waarbij vrijwel zeker geen sprake was van bewuste reclame.

2.1 Context, regels en beleid

Volgens de Reclamecode voor Voedingsmiddelen is een programma, uitzending of omroep op kinderen gericht[5]:

1. als deze wordt geuit in media welke zich volgens het algemeen in de markt geaccepteerde bereiksonderzoek specifiek richten op kinderen tot en met 12 jaar.
2. als deze wordt geuit in media die zich niet specifiek richten op kinderen tot en met 12 jaar maar het publiek waarvoor de reclame is bestemd zich volgens het algemeen in de markt geaccepteerde bereiksonderzoek voor minimaal 25% bestaat uit kinderen tot en met 12 jaar.

Reclame via televisie is als volgt geregeld:

- **Nederlandse Publieke Omroep (NPO)**: de Ster (Stichting Etherreclame) verkoopt de reclames voor de publieke omroep. De Ster mag echter geen reclame uitzenden rondom kinderprogrammering en online kanalen. Voor niet-kinderprogramma's geldt dat de Ster niet meer dan 10% per jaar van de totale zendtijd mag vullen met reclame. Dit percentage wordt de komende jaren afgebouwd naar maximaal 5%. Dagelijks mag dit niet meer dan 15% zijn. [6]
- **Commerciële omroepen**: de organisatie Ad Alliance verkoopt reclame voor verschillende commerciële omroepen, waaronder de zenders van RTL, Nickelodeon en Disney[7]. Mediabedrijf Talpa verzorgt de reclame voor waar de organisatie eigenaar van is, waaronder SBS, Net 5 en Veronica[8]. Omdat commerciële omroepen geen geld van de Rijksoverheid krijgen, zijn ze aan minder regels gebonden. Toch stelt de Mediawet een aantal eisen aan commerciële omroepen en hun programma's. Zij mogen bijvoorbeeld niet meer dan 20% reclame per tijdvak (06:00 - 18:00 en 18:00 - 24:00) uitzenden[9]. Ad Alliance biedt specifieke pakketten voor het gericht benaderen van kinderen aan. Daarbij stelt men wel eisen ten aanzien van reclame voor voedingsproducten, namelijk deze moet voldoen aan de criteria in de RvV en dat dit alleen op Nickelodeon na 18:00u kan worden ingekocht[10]. Talpa biedt geen speciaal pakket voor reclame gericht op kinderen aan.

[5] Reclamecode voor Voedingsmiddelen (RvV 2019), artikel 8, lid 4. https://www.reclamecode.nl/nrc/rvv2019/
[6] https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/media-en-publieke-omroep/regels-reclame-publieke-omroep
[7] https://adalliance.nl/
[8] https://talpanetwork.com/adverteren
[9] https://www.cvdm.nl/regelgeving/wetgeving/mediawet/reclamezendtijd
[10] https://adalliance.nl/inkoopinformatie/kids/

Vanuit bereiksonderzoek is bekend dat kinderen jonger dan 13 niet alleen naar kinderprogramma's kijken. Ze kijken ook in grote getalen naar familieprogramma's die na 8 uur 's avonds worden uitgezonden. Het aandeel kijkers jonger dan 12 is daarbij kleiner dan 25% van het totale kijkerspubliek. In absolute aantallen is het aantal jonge kijkers echter groter dan veel speciaal voor kinderen ontwikkelde programma's. Daarom kijken we in dit hoofdstuk ook naar de reclames die zijn uitgezonden rondom de 10 best bekeken programma's door kijkers van 12 jaar of jonger, ook wanneer zij niet meer dan 25% van de kijkersgroep waren.

2.2 Reclames rondom kinderprogramma's op televisie

Methode

Televisieprogramma's gericht op kinderen worden op verschillende netten uitgezonden. Enkele zenders zijn volledig op kinderen gericht, zoals Disney, Disney XD en Nickelodeon. Daarnaast reserveren meerdere zenders een deel van hun zendtijd voor kinderen. NPO 3 heeft elke dag van 's ochtends tot en met de vroege avond gereserveerd voor uitzendingen van Zapp. RTL 4 programmeert elke zaterdag- en zondagochtend anderhalf tot twee uur voor kindertelevisie. De exacte uitzendtijden van de programmering voor kinderen varieert.

Naast de reguliere uitzendingen van de genoemde zenders zagen wij vooral rondom feestdagen in december ook extra uitzendingen van films gericht op kinderen op RTL4, Net 5, SBS 6 en SBS 9. In de onderstaande tabel zijn de reguliere en bijzondere uitzendingen gericht op kinderen weergegeven.

Zender	Uitzendtijd
NPO 3 (Zapp)	Zaterdagen doorgaans 06:30- rond 20:20u Zondagen doorgaans 06:30-19:40u Werkdagen doorgaans 06:30-19:25u
RTL 4	Zaterdagen doorgaans 06:50-09:00u Zondagen doorgaans 07:30-08:30 of 09:00u Aanvullend: 25-dec 08:00-9:10, Juf Roos is Jarig 26-dec 07:40-09:10, Ernst & Bobbie weten het niet meer 26-dec 11:30-14:05, Lang Leve de Koningin
Net 5, SBS 6, SBS 9	Incidenteel films gedurende het jaar, met name in de kerstvakantie
Disney, Disney XD, Nickelodeon:	Hele dag

De exacte uitzendtijden van programma's gericht op kinderen zijn bepaald op basis van de vooraf aangekondigde uitzendtijden die in programmagidsen wordt opgenomen. De reclames zijn geïnventariseerd vanaf 5 minuten voorafgaand aan de start van het kinderprogramma tot en met het tijdstip waarop de eerstvolgende uitzending begint die niet (primair) op kinderen is gericht.

Voor alle uitzendtijden rondom kinderprogramma's zijn de reclames voor voedings- en genotmiddelen, horeca en retail voor drank en voedingsmiddelen opgevraagd bij Nielsen. Deze organisatie verzamelt alle advertenties die op televisie zijn vertoond, inclusief de exacte uitzenddata en -tijden. Hieronder valt ook de sponsoring van programma's. Deze wordt doorgaans aangekondigd met "dit programma wordt mede mogelijk gemaakt door…"[11] Daarmee krijgen wij een volledig zicht op welke reclames voor voedingsmiddelen er rondom kinderprogramma's zijn uitgezonden.

NPO 3 (Zapp)

Sinds 2021 zendt de Nederlandse Publieke Omroep geen reclames meer uit voorafgaand of tussen kinderprogramma's. Wel zagen wij dat er direct na afloop van de zendtijd van Zapp geregeld reclames voor voedingsmiddelen werden uitgezonden. In totaal ging het om 66 reclames voor 20 verschillende merken. Dit is een afname ten opzichte van vorig jaar toen in vergelijkbare reclameblokken nog 101 reclames voor 47 verschillende merken werden uitgezonden.

De meeste van deze reclames waren op de zaterdagen te zien, wanneer de kinderprogramma's tot na 20u doorlopen. Veel van de uitgezonden reclames lijken zich niet uitdrukkelijk op kinderen te richten, zoals koffie, zuivel en afslankproducten. Anderzijds kunnen reclames voor broodbeleg en snoep wel aantrekkelijk zijn voor kinderen (figuur 2.1).

Tabel 2.1 Reclames voor voedingsmiddelen op NPO 3 direct aansluitend aan de zendtijd van Zapp

Merk/product	Aantal	RvV	Sv5
Aviko Grip N Dip Frites	1	Nee	Nee
Aviko Producten Algemeen	1	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Beemster Kaas	2	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Bional Voedingssupplementen	3	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Calvé Pindakaas	1	Ja	Nee
Chocomel Chocolademelk	1	Nee	Nee
Crisp.nl Online Supermarkt	2	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
De Koffiejongens Koffie Capsules	3	Ja	Ja
Heks'n Kaas Spread	1	Ja	Nee
Johma Salades	5	Nee	Nee
KFC Kentucky Fried Chicken Restaurants	1	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Look-O-Look Foammies Snoepgoed	1	Nee	Nee
Lurpak Boter	1	Nee[12]	Nee
Nescafé Oploskoffie Algemeen	1	Ja	Ja

[11] Zie bijlage 1 voor een nadere toelichting op de Nielsen Database.

[12] Volgens de RvV valt boter buiten de criteria omdat er voor dit product geen reclame wordt gemaakt gericht op kinderen.

Optimel Zuivel Algemeen	1	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Parrano Kaas	3	Nee	Nee
Simonlevelt.nl Webshop Koffie & Thee	1	Ja	Ja
The Flower Farm Chocoladepasta	7	Nee	Nee
The Flower Farm Margarine	26	Ja	Nee
Valess Zuivelvlees	1	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Weight Watchers Algemeen	1	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Totaal: 20 merken	**66 reclames**		

Bron: Nielsen, Bewerking Panteia, 2023

Figuur 2.1 Screenshots van reclames voor Calvé Pindakaas en The Flower FarmHazelnootpasta, uitgezonden aansluitend aan de zendtijd van Zapp (NPO3)





Bron: Nielsen, Panteia, 2023

RTL 4

Op RTL4 was er in 2023 vrijwel elke zaterdag- en zondagochtend zendtijd gereserveerd voor kinderprogramma's, zoals 'Ernst, Bobbie en de Rest' en 'Fien & Teun TV'. Bovendien zond RTL 4 op Eerste en Tweede Kerstdag een kinderfilm uit. Zowel tijdens als na afloop van de reguliere programmering voor kinderen werden er reclames voor voedingsproducten uitgezonden (tabel 2.2).

Tabel 2.2 Reclames voor voedingsmiddelen op RTL 4 gedurende en direct aansluitend aan de zendtijd voor kinderen

Merk/product	Aantal gedurende uitzendtijden voor kinderen	Aantal na afloop van uitzendtijden voor kinderen	Totaal	RvV	Sv5
Doritos Tortilla Chips Zoutjes Corn	3		3	Ja	Nee
Hero Vruchtensap	1		1	Nee	Nee
Kitkat Candybar	2	2	4	Nee	Nee
McDonald's Restaurants	1		1	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Nestle L'Atelier Chocolade Alg.	2	1	3	Nee	Nee
Salakis Feta Kaas	3	1	4	Nee	Nee
Schweppes Agrumes Frisdrank[13]	2		2	Nee	Nee
Servero Slurpfruit Fruitmoes	1	1	2	Ja	Nee
Coca-Cola[14]		1	1	Nee	Nee
Dr.Oetker Pizza Bitterballen		1	1	Nee	Nee
Dr.Oetker The Good Baker Pizza		1	1	Nee	Nee
Fage Total Yoghurt		1	1	Ja	Afh. v. prod..
Friesche Vlag Barista Haver		2	2	Ja	Nee
Knorr Wereldgerechten Mix		2	2	Nee	Nee
Lindt Lindor Chocolade Pralines		3	3	Nee	Nee
Milner Kaas		2	2	Ja	Ja
Mutti Groenteconserven		1	1	Ja	Afh. v. prod..
Ola Magnum Double Gold Caramel Billionaire IJs		1	1	Nee	Nee
Optimel Zuivel Algemeen		1	1	Afh. v. prod..	Afh. v. prod..
Parrano Kaas		1	1	Nee	Nee
Pickwick Thee		1	1	Ja	Ja
Picnic Online Supermarkt		3	3	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Spa Bronwater Algemeen		1	1	Nee[15]	Ja
Tante Fanny Deegwaren		1	1	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Valess Zuivelvlees		2	2	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Totaal: 24 merken	**15**	**30**	**45**		

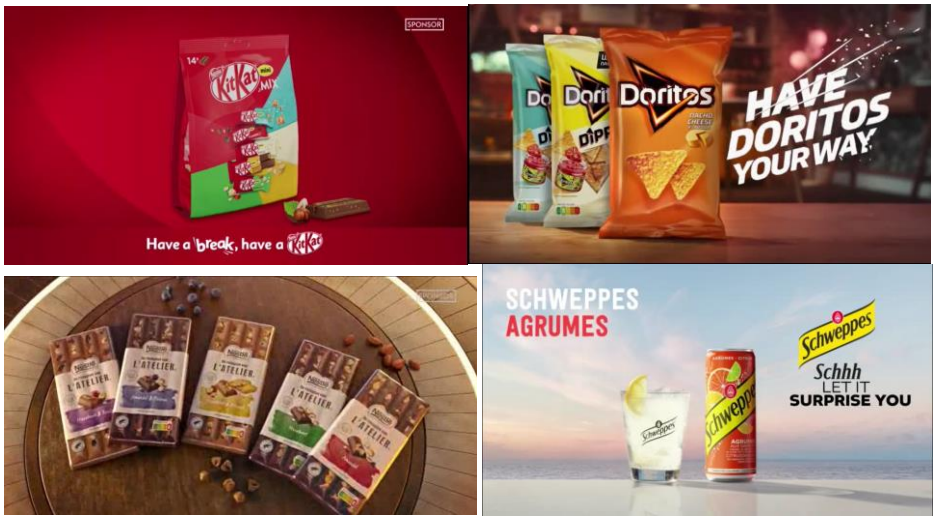
Bron: Nielsen, Panteia, 2024.

[13] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)
[14] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)
[15] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Het aantal reclames voor voedingsmiddelen tijdens kinderprogramma's nam in 2023 toe van 1 tot 15. Het ging om 8 verschillende merken. Direct aansluitend aan kinderprogramma's waren 30 reclames voor 20 verschillende merken. Dit is een afname ten opzichte van 2022 (toen 72 reclames).

De meeste geadverteerde producten lijken niet te voldoen aan de voedingskundige criteria in de Reclamecode. Ook staan slechts drie van de geadverteerde producten in de Schijf van Vijf. Een aantal van de reclames was voor producten die de interesse bij kinderen kunnen wekken, zoals voor sap, frisdrank, zoutjes, pizza, chocolade en fast food.

Figuur 2.2 Screenshot van reclames uitgezonden rondom kinderprogrammering op RTL 4.



Bron: Nielsen, Panteia, 2023.

Ook na afloop van de kinderfilms die op eerste en tweede kerstdag door RTL 4 werden uitgezonden waren enkele reclames voor voedingsproducten te zien, deze voldeden alle niet aan de criteria van de RvV en staan ook niet in de Schijf van Vijf (tabel 2.3). Het aandeel kijkers van 6 tot en met 12 was bij 'Juf Roos is jarig' minder dan 25%. Daarmee telt dit op basis van kijkcijfers niet als een programma dat op kinderen is gericht. Van de film kan echter zonder twijfel worden gesteld dat deze op jonge kinderen is gericht en daarmee relevant voor deze monitor. Mogelijk keken er ook kinderen jonger dan 6 naar deze film. Die doelgroep wordt echter niet meegenomen in de kijkcijfers.

Tabel 2.3 Reclames voor voedingsmiddelen op RTL 4 direct aansluitend op kinderfilms

Merk/product	Aantal	RvV	Sv5
25-dec Juf Roos is jarig (3.000 kijkers 6-12 jaar, 18,3% van alle kijkers)			
Ferrero Rocher Bonbons	1	Nee	Nee
Ferrero Rocher Chocolade Repen	1	Nee	Nee
26-dec Ernst & Bobbie weten het niet meer (3.000 kijkers 6-12 jaar, 33,7% van alle kijkers)			
Kippie Grill- & Maaltijdwinkels	1	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Nutella Chocoladepasta	1	Nee	Nee
Totaal: 6 merken	**4**		

Bron: Nielsen, Panteia, 2024.

Net 5, SBS 6 en SBS 9

De zenders Net 5 en SBS 6 zijn alle onderdeel van Talpa Network. Op deze zenders was in 2023 geen reguliere programmering voor kinderen. Wel zonden zij incidenteel en in het bijzonder in de kerstvakantie verschillende kinder- en animatiefilms uit. In tabel 2.4 is een overzicht opgenomen van animatie- en kinderfilms die op de Talpa-zenders zijn uitgezonden die kijkers van 6 tot en met 12 jaar trokken.

Bij slechts twee van de films die de Talpa-zenders uitzonden vormden kinderen van 6 tot en met 12 jaar 25% of meer van de kijkers. Dit waren:

- Dispicable Me (27-dec, 16:18u op Net 5), 33,9% van de kijkers 6-12 jaar.
- How to train your dragon the hidden world (31-dec, 22:40u op SBS9), 25,0% van de kijkers 6-12 jaar.

Formeel hoeven dus alleen deze twee films dus te voldoen aan de Reclamecode voor Voedingsmiddelen.

Om een beter beeld te krijgen van de reclames waarmee kinderen in aanraking kunnen komen via kinder- en animatiefilms, hebben we ervoor gekozen om ook breder te kijken naar goed bekeken films door kinderen. Allereerst zijn er drie films waarbij kinderen tussen van 6 tot en met 12 jaar meer dan 20% van de kijkers vormden. Dat waren:

- Happy Feet (24-dec, 08:39u op Net 5) 23,0% van de kijkers 6-12 jaar.
- Despicable Me 2 (28-dec, 18:38u op Net 5) 20,4% van de kijkers 6-12 jaar.

Aanvullend voegen we de volgende films toe aan deze monitor die alle méér dan tienduizend kijkers van 6 tot en met 12 trokken:

- Despicable me 3 (29-dec, 18:45u op Net 5) 20 duizend kijkers 6-12 jaar.
- Despicable me (27-dec, 16:18u op Net 5) 18 duizend kijkers 6-12 jaar.
- Despicable me 2 (29-dec, 16:54u op Net 5) 11 duizend kijkers 6-12 jaar.
- Despicable me (28-dec, 16:48 opNet 5) 10 duizend kijkers 6-12 jaar.
- Asterix en het geheim van de toverdrank (13-aug, 18:47u) 10 duizend kijkers 6-12 jaar.

Tabel 2.4 Kinder- en animatiefilms uitgezonden op Talpa-zenders Net 5, SBS 6 en SBS 9

Titel	Zender	Datum	Tijd	Aantal kijkers 6-12 jr (x1.000)	Aandeel kijkers 6-12 jr.
Despicable me	Net 5	27/12/2023	16:18	18	**33,9%**
How to train your dragon the hidden world	SBS 9	31/12/2023	22:40	9	**25,0%**
Happy feet	Net 5	24/12/2023	08:39	16	23,0%
Despicable me 2	Net 5	28/12/2023	18:38	27	20,4%
Despicable me 2	Net 5	29/12/2023	16:54	11	17,2%
Minions	Net 5	28/12/2023	15:04	8	16,8%
Despicable me 3	Net 5	29/12/2023	18:45	20	14,8%
Despicable me	Net 5	28/12/2023	16:48	10	14,1%
Asterix en het geheim van de toverdrank	SBS 9	13/08/2023	18:47	10	10,8%
A dogs way home	SBS 9	07/08/2023	22:45	3	10,7%
Sing	SBS 9	31/12/2023	20:30	4	10,6%
Babe	SBS 6	25/12/2023	14:24	8	10,2%
Secret life of pets 2	SBS 9	24/12/2023	22:11	6	10,2%
Show dogs	SBS 9	31/12/2023	18:41	4	9,3%
Minions	SBS 9	02/07/2023	20:30	3	7,9%
Grinch	SBS 6	25/12/2023	16:09	4	4,5%
Nanny mcphee and the big bang	Net 5	01/12/2023	22:33	7	3,8%
Babe pig in the city	SBS 6	26/12/2023	14:07	1	3,8%
A dogs way home	SBS 6	31/12/2023	13:45	4	3,6%
Asterix le secret de la potion magique	Net 5	31/12/2023	08:17	1	3,4%
Nanny mcphee	Net 5	01/12/2023	20:30	4	3,1%
Secret life of pets 2	Net 5	26/12/2023	09:29	1	2,9%
Boss baby family business	SBS 9	30/12/2023	20:00	0	0,7%
Babe	Net 5	25/12/2023	08:03	0	0,6%
Neverending story	Net 5	31/12/2023	09:58	0	0,6%
Grinch	SBS 9	27/11/2023	20:30	0	0,5%
Happy feet	SBS 9	09/07/2023	18:24	0	0,2%
Peter rabbit	SBS 9	14/11/2023	20:30	0	0,2%
How to train your dragon the hidden world	SBS 9	19/12/2023	20:31	0	0,1%
Peter rabbit	SBS 9	24/12/2023	18:46	0	0,1%
Secret life of pets	SBS 9	24/12/2023	20:30	0	0,1%

Bron: Nationaal Media Onderzoek, 2024

Rondom de twee films die op basis van de kijkerssamenstelling zouden moeten voldoen aan de RvV werden 47 reclames voor 19 verschillende merken uitgezonden (tabel 2.5). Deels gaat het om producten waarvan het binnen de reclamecode is toegestaan om richting kinderen te vermarkten, zoals yoghurt en zoutjes. Daar staat echter tegenover dat er tijdens de uitzending van “How to train your dragon the hidden world“ ook reclame voor alcohol te zien was. Deze film werd namelijk na 21:00u uitgezonden. Op enkele uitzonderingen na staan vrijwel alle producten waarvoor reclame werd gemaakt niet in de Schijf van Vijf.

Tabel 2.5 Reclames voor voedingsmiddelen op RTL 4 direct aansluitend op kinderfilms

Merk/product	Aantal	RvV	Sv5
24-dec Dispicable Me (18.000 kijkers 6-12 jaar, 33,9% van alle kijkers)			
Campina Sterke Start Yoghurt	1	Ja	Afh. v. prod.
Doritos	3	Ja	Afh. v. prod.
Go-Tan Chillisaus Sauzen	7	Nee	Nee
McDonald's Restaurants	3	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Schweppes[16]	2	Nee	Nee
The Flower Farm Margarine	4	Ja	Nee
31-dec How to train your dragon: the hidden world (9.000 kijkers van 6-12 jaar, 25,0% van alle kijkers)			
Albert Heijn	1	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Disaronno Velvet Likeur	2	Nee, obv RVA	Nee
Doritos Tortilla Chips	2	Ja	Nee
Douwe Egberts koffie	2	Ja	Ja
Ferrero Rocher Bonbons	2	Nee	Nee
Friesche Vlag Barista Haver	1	Ja	Nee
Gall & Gall	2	Nee, obv RVA	Nee
Leentjes Poeder Pret	1	Nee	Nee
L'Or Espresso Koffie Bonen	1	Ja	Ja
Milka Chocolade	3	Nee	Nee
Mora Oven & Airfryer Snacks	3	Nee	Nee
Nutella Chocoladepasta	3	Nee	Nee
Parrano Kaas	1	Nee	Nee
Philadelphia Roomkaas	2	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Spa Bronwater Algemeen	1	Ja	Ja
Totaal: 19 merken	**47**		

Bron: Nielsen, Panteia, 2024.

[16] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Rondom de overige zeven films die wij voor deze monitor hebben geselecteerd werden 148 reclames voor 32 verschillende merken uitgezonden. Aangezien het aandeel kijkers tot en met 12 onder de 25% lag, voldoen al deze reclames aan de RvV. Ongeveer de helft van de reclames was voor producten buiten de Schijf van Vijf.

Tabel 2.6 Reclames voor voedingsmiddelen tijdens kinder- en animatiefilms op Talpa-zenders met meer dan 20% kijkers 6-12 en/of meer dan 10 duizend kijkers 6-12 jaar.

Merk/product	Aantal	RvV	Sv5
Albert Heijn	11	Ja	Afh. v. prod.
Aldi	12	Ja	Afh. v. prod.
Campina Sterke Start Yoghurt	2	Ja	Afh. v. prod.
Chio Zouties	2	Ja	Nee
Chocomel Chocolademelk	1	Ja	Nee
Cote d'Or Choc.Tablet	2	Ja	Nee
Domino's Pizza Restaurant	4	Ja	Afh. v. prod.
Doritos	6	Ja	Nee
Douwe Egberts koffie	2	Ja	Ja
Ferrero Rocher	12	Ja	Nee
Go-Tan Chillisaus Sauzen	7	Ja	Nee
Heks'n Kaas Spread	1	Ja	Nee
HelloFresh.nl Maaltijdbox	3	Ja	Afh. v. prod.
Johma Salades	2	Ja	Nee
Jumbo Supermarkten	11	Ja	Afh. v. prod.
Kippie Grill- & Maaltijdwinkels	10	Ja	Afh. v. prod.
Koopmans Bakmix	2	Ja	Nee
Leenties Poeder Pret	8	Ja	Nee
Lidl Supermarkten	15	Ja	Afh. v. prod.
L'Or Espresso Koffie Bonen	1	Ja	Ja
McDonald's Restaurants	5	Ja	Afh. v. prod.
Mora Oven & Airfryer Snacks	3	Ja	Nee
Nespresso Koffie Cups	2	Ja	Ja
Nutella Chocoladepasta	3	Ja	Nee
Optimel Drinkyoghurt	2	Ja	Ja
Optimel Zuivel Algemeen	1	Ja	Afh. v. prod.
Parrano Kaas	1	Ja	Nee
Philadelphia Roomkaas	1	Ja	Afh. v. prod.
Plus Filiaalbedrijf Supermarkten	8	Ja	Afh. v. prod.
Pringles Rice Fusion Chips	2	Ja	Nee
Schweppes Frisdrank	2	Ja	Nee
Spa Bronwater Algemeen	1	Ja	Ja
The Flower Farm Margarine	4	Ja	Nee
Totaal: 32 merken	**148**		

Bron: Nielsen, Panteia, 2024.

Figuur 2.3 Screenshots met reclames uitgezonden rondom kinder- en animatiefilms op Net 5, SBS 6 en SBS 9 in 2023



Bron: Nielsen, Panteia, 2024

2.3 Best bekeken programma's door kinderen 6-12 jaar

Naast de programma's die speciaal op kinderen zijn gericht, hebben we ook gekeken naar de top tien van de best bekeken programma's onder 6 tot en met 12-jarigen. Naast de programma's die speciaal voor kinderen zijn gemaakt, kijken kinderen ook naar populaire programma's die voor gezinnen en volwassenen zijn gemaakt. In absolute zin worden sommige van deze programma's beter bekeken dan reguliere kinder-tv.

In de onderstaande tabel 2.7 is de top tien weergegeven. Deze is samengesteld op basis van de kijkcijfers van Nationaal Media Onderzoek (voorheen Stichting Kijkonderzoek). In de tabel is weergegeven:

- hoe groot het totale gemiddelde kijkerspubliek was in alle leeftijdsgroepen vanaf 6 jaar (gem. totaal) en
- hoeveel kinderen van 6 tot en met 12 jaar gemiddeld naar de uitzending keken (aangeduid met: gem. 6-12),
- welk aandeel van de kijkers tussen de 6 en 12 jaar oud was.

Tabel 2.7 Best bekeken uitzendingen op televisie in 2023 onder kinderen tussen de 6 en 12 jaar oud

	Datum	Programma	Zender	Gem. totaal (x1000)	Gem. 6-12 (x1000)	Aandeel 6-12
1	14-nov	Sinterklaasjournaal	NPO3	2.172	570	23,4%
2	18-nov	Intocht Sinterklaas	NPO3	2.259	523	20,7%
3	14-nov	Freeks wilde wereld	NPO3	985	294	26,5%
4	**11-mrt**	**Wie is de mol?**	**NPO1**	3.505	**286**	8,0%
5	16-nov	Vlogmania	NPO3	452	230	47,0%
6	18-nov	Speculasies	NPO3	814	214	24,2%
7	20-nov	Super surprise	NPO3	452	205	42,2%
8	13-nov	Jeugdjournaal	NPO3	491	196	38,0%
9	**17-nov**	**Masked singer**	**RTL4**	2.478	**187**	7,5%
10	13-nov	Klokhuis	NPO3	464	182	35,7%

Bron: Nationaal Media Onderzoek, 2024

Er worden geen kijkcijfers geregistreerd voor kinderen jonger dan 6. Voor Vlogmania op 16 november (de nummer 5 op de lijst) betekent dit, bijvoorbeeld, dat van de totaal 452 duizend kijkers vanaf 6 jaar er circa 230 duizend tussen de 6 en 12 waren. Dit was dus 47% van de kijkers. Daarmee is dit een duidelijk voorbeeld van een programma dat volgens de richtlijn in de RvV op kinderen is gericht. Meer dan 25% van de kijkers was immers jonger dan 13. Het is (evenals eerdere jaren) opvallend dat dit voor de programma's rondom Sinterklaas niet het geval was: minder dan 25% van de (geregistreerde) kijkers van het Sinterklaasjournaal, de intocht van Sinterklaas en het Sinterklaas-praatprogramma Speculasies was jonger dan 13.

In de top tien staan twee programma's die buiten de reguliere zendtijd voor kinderen vallen rond beide programma's, namelijk:

- Wie is de mol? (11 maart)
- Masked Singer (17 november)

Rond beide programma's waren reclames voor voedingsmiddelen te zien. Daarbij hebben we gekeken naar reclames direct voorafgaand en (eventueel) tijdens de uitzending. Voor beide uitzendingen geldt dat het aandeel kijkers jonger dan 13 jaar minder dan 25% was. Deze uitzendingen zijn dus niet gebonden aan de voorwaarden voor kindermarketing in de RvV.

In tabel 2.8 is voor beide uitzendingen weergegeven welke voedingsmerken reclamezendtijd rondom deze twee uitzendingen hadden ingekocht. In totaal ging het om 30 reclames voor 17 verschillende producten. De meeste van deze geadverteerde merken richten zich doorgaans op een volwassen publiek. Zo zijn reclames voor groenteconserven, koffie en supermarkten veelal voor kinderen minder relevant. Er zitten echter ook producten tussen die ook voor kinderen aantrekkelijk zijn, zoals chocoladepasta, chocolademelk en fastfood.

Tabel 2.8 Voedingsmerken rondom best bekeken uitzendingen op televisie in 2023 onder kinderen van 6 tot en met 12 jaar

Programma/reclames	Voorafgaand	Tijdens	Na afloop	Totaal	Schijf van Vijf
Wie is de Mol? (11-mrt, 284.000 kijkers <13 jaar)				**7**	
Aldi	2		2	4	Afh. v. prod.
KFC Kentucky Fried Chicken	2			2	Afh. v. prod.
The Flower Farm Chocoladepasta			1	1	Nee
Masked Singer (17-nov, 187.000 kijkers < 13 jaar)				**23**	
Albert Heijn		3		3	Afh. v. prod.
Aldi		2		2	Afh. v. prod.
Chocomel Chocolademelk		2		2	Nee
Hak Groente Conserven		1		1	Afh. v. prod.
Heks'n Kaas Spread	1			1	Nee
Jumbo		1		1	Afh. v. prod.
Knorr Groentepasta		2		2	Nee
Lidl		2		2	Afh. v. prod.
L'Or Espresso Koffie Bonen		1		1	Ja
Merci Chocolade		1		1	Nee
Mora		1		1	Nee
Nespresso Koffie Cups		1		1	Ja
Ola Magnum		1		1	Nee
Optimel Drinkyoghurt		1		1	Afh. v. prod.
Zespri Kiwi's	1			1	Ja
Totaal 17 merken				**30**	

Bron: Nielsen, Stichting Kijkonderzoek, bewerking Panteia, 2024

3

3 Websites

Voedingsfabrikanten kunnen zich online op verschillende wijzen richting (potentiële) consumenten profileren. Enerzijds hebben zij eigen websites die als thuisbasis voor onlineactiviteiten fungeren. Daarnaast kunnen zij op websites van derden adverteren. Ook kinderen kunnen via deze websites in aanraking komen met voedingsmarketing. Daarom kijken we in dit hoofdstuk naar websites van voedingsfabrikanten en websites die veel door kinderen worden bezocht. Daarbij stellen wij de vragen in hoeverre producenten zich via hun websites naar kinderen lijken te profileren en in hoeverre zij via websites gericht op kinderen adverteren.

Resultaten websites
De belangrijkste resultaten van de inventarisatie van websites zijn de volgende:

- Van de 118 bekeken websites van voedingsproducenten lijken 21 zich (mede) op kinderen te richten. Dit blijkt uit het taalgebruik, het aanbieden van materiaal voor spreekbeurten en/of de mogelijkheid om spelletjes te spelen of (animatie)video's te kijken. Aanvullend hadden 4 websites een voor kinderen aantrekkelijke vormgeving, zonder dat de website inhoudelijk op kinderen gericht leek.
- Dit totale aantal van 25 websites met aandachtspunten is minder dan in de monitor van vorig jaar, waarin 30 websites aandachtspunten vertoonden. Mogelijk komt dat doordat aanbieders hun website hebben aangepast. Ook kan het moment van inventarisatie en de aanwezigheid van tijdelijke acties een rol spelen.
- Door de inventarisatiemethode voor het signaleren van advertenties via kindgerichte websites zagen wij dat kinderen veelvuldig met advertenties voor voedingsproducten in aanraking kunnen komen. Via 10 van de 13 geïnventariseerde websites werd door 139 verschillende voedingsmerken geadverteerd. Dit was een afname van 126 ten opzichte van vorig jaar.

Hierna lichten we allereerst de context, het beleid en de regels rondom marketing via websites toe (paragraaf 3.1). Vervolgens zoomen wij in op de resultaten van de inventarisatie van websites van voedingsfabrikanten (3.2) en advertenties via kindgerichte websites (3.3).

3.1 Context, regels en beleid

Voor dit onderdeel van de monitor hebben wij marketing gericht op kinderen via websites onder de loep genomen. Daarbij hebben wij zowel naar websites van voedingsproducenten gekeken als naar reclame via algemene kindgerichte websites, zoals spelletjeswebsites.

Websites van voedingsproducenten

Websites zijn een belangrijke schakel in de marketingstrategieën van organisaties. Op verpakkingen van producten en sociale media zijn vaak links naar de website van de producent te vinden. Producenten geven op hun websites veelal productinformatie en

informatie over hun organisatie. Daarnaast kunnen speciale acties via de website lopen en worden websites soms verrijkt met enige vorm van amusement. Het is niet altijd duidelijk in hoeverre er bij websites sprake is van reclame gericht op kinderen. Het internet is een openbaar medium dat voor alle doelgroepen bereikbaar is en waarbij niet na te gaan is welk aandeel van de bezoekers jonger dan 13 jaar is. Toch kunnen er websites worden geïdentificeerd, die zich volgens enkele objectieve maatstaven richten op jongeren. Dit geeft ook iets aan over in hoeverre het merk zich in het algemeen in marketinguitingen op jongeren richt.

In deze studie hanteren we de volgende criteria om een website te identificeren die zich als medium of inhoudelijk op kinderen (tot en met 12 jaar) richt:

- De website hanteert informeel taalgebruik, dat zich direct richt op kinderen van de basisschoolleeftijd, door producten/goodies/prijzen aan te prijzen (bijvoorbeeld: “wil jij ook een […] hebben?”) en door te refereren aan kinderfeestjes, uitdelen in de klas, of situaties van de basisschool (bijvoorbeeld door “de juf” te noemen).
- De website is op een voor kinderen aantrekkelijke manier vormgegeven, bijvoorbeeld in kleurgebruik, het gebruik van ‘characters’ en speelse/interactieve elementen.
- Onderdelen van de website zijn duidelijk op kinderen gericht, zoals spelletjes, kleurplaten, prijsvragen en het aanbieden van materiaal voor spreekbeurten.

Sommige producenten hanteren een leeftijdscheck voordat de gebruiker toegang krijgt tot de site. Daarmee voorkomt een aanbieder formeel dat kinderen onder een bepaalde leeftijd (meestal 13) de site kunnen betreden. Ondanks dit ‘kinderslot’ komt het geregeld voor dat een website zich (op basis van de hierboven genoemde punten) toch nadrukkelijk richting kinderen lijkt te profileren. Daarnaast staat bij prijsvragen soms ook expliciet aangegeven dat deelname alleen vanaf 18 jaar mogelijk is, zelfs wanneer de te winnen prijzen duidelijk (mede) zijn gericht op een jongere doelgroep.

Websites gericht op kinderen

Op het internet zijn er vele websites die zich op kinderen richten. Bijvoorbeeld sites waar kinderen spelletjes kunnen spelen, video’s kunnen kijken of kleurplaten kunnen downloaden. In het laatste geval is een website veelal op ouders gericht: zij kunnen de kleurplaten voor hun kinderen downloaden en uitprinten. Wel is het aannemelijk dat kinderen op deze websites meekijken naar welke kleurplaat ze willen krijgen. Op websites gericht op de doelgroep ‘kinderen onder de 13’ kan op verschillende wijzen voedingsreclame te zien zijn:

1 Er is een overeenkomst met een voedingsfabrikant om advertenties of product placement op de website te zetten.
2 De website (host) maakt gebruik van ‘banners’ die door derden worden gevuld (bijvoorbeeld via de dienst Google Adsense). Hier kan mogelijk voedingsreclame op verschijnen. Veelal is dit geen bewuste gerichte actie van de host of de adverteerder, maar een onbedoeld neveneffect.

Voeding kan ook op andere wijzen een prominente rol spelen op websites voor kinderen. Zo komt het veelvuldig voor dat spelletjes een element van voeding hebben (bijvoorbeeld ijsjes of snoepjes in de vormgeving van een spelletje of een spelletje gericht op het virtueel bereiden van eten). Daarnaast zijn er ook meerdere websites met recepten voor gerechten die kinderen kunnen bereiden. Deze vormen van

aandacht voor voeding zijn buiten beschouwing gelaten, tenzij ze een specifiek merk aanprijzen.

3.2 Resultaten inventarisatie websites voedingsfabrikanten

Om te beoordelen in welke mate de websites van voedingsfabrikanten op kinderen gericht zijn, hanteren we twee categorieën: (1) bevat kindgerichte elementen en (2) heeft een voor kinderen aantrekkelijke vormgeving, maar is inhoudelijk niet op kinderen gericht.

Voor de inventarisatie hebben wij 118 websites van voedingsproducenten bekeken (zie bijlage 3). Hiervan werden 21 beoordeeld als (deels) op kinderen gericht op basis van de aanwezigheid van kindgerichte elementen, zoals kleurplaten, prijsvragen, spelletjes of filmpjes. Daarnaast trokken 4 pagina's ook de aandacht vanwege de vormgeving.

De totaal 25 websites die 2023 als (mogelijk) kindgericht werden beoordeeld waren er minder dan in 2022. In de vorige monitor betrof dit 30 websites. Mogelijk heeft een aantal producenten sinds de vorige meting de website aangepast. Maar het kan ook komen door het moment van inventarisatie (met het oog op tijdelijke acties). De websites die in 2023 als kindgericht zijn beoordeeld zijn grotendeels dezelfde als vorig jaar.

In het onderstaande overzicht is samengevat welke 21 websites ogenschijnlijk op kinderen zijn gericht. Daarbij is ook telkens aangegeven of er een leeftijdscheck is om de website te betreden of aan acties deel te nemen.

Tabel 3.1 Websites gericht op kinderen

Merk	Website	Leeftijdscheck
Babybel	www.babybel.nl	Nee
Bolletje	www.bolletje.nl	Nee
Campina	www.campina.nl	Nee
Capri-Sun	www.capri-sun.com/nl/	Nee
Chupa Chups	www.chupachups.nl	Ja
Croky	www.croky.nl	Nee
Duyvis	www.duyvis.nl	Nee
Eru kids	www.eru.eu/onze-kazen/	Nee
Frisia Snoep	www.my-frisia.com	Ja
Harlekijntjes	www.harlekijntjes.nl	Ja
Kinder	https://www.kinder.com/nl/nl	Nee
Koetjesreep	https://www.koetjesreep.com/	Nee
La Vache qui rit	https://www.lvqr.nl/	Nee
McDonald's	https://www.mcdonalds.com/nl/nl-nl/familie.html	Nee

Redbull	https://www.redbull.com/nl-nl/	Nee
Smoeltjes	www.smoeltjes.nl	Ja
Taksi	https://www.taksi.nl/	Nee
Tony's Chocolonely	https://tonyschocolonely.com/nl/nl	Nee
Unox	www.unox.nl	Nee
Venz	www.venz.nl	Nee
Wicky	www.wicky.nl	Nee

Naast deze websites vielen ook 4 websites van andere voedingsmiddelen op. Deze waren inhoudelijk niet direct op kinderen gericht. Ze bevatten niet overwegend kindgerichte elementen, of een expliciete verwijzing naar materiaal voor spreekbeurten. Wel was de vormgeving (van delen van) de website erg 'speels' te noemen en paste deze bij een profilering richting kinderen. Bovendien bevatten ze beschrijvingen van het merk en de geschiedenis van het merk in toegankelijke populaire taal, waardoor de inhoud gemakkelijk gebruikt zou kunnen worden voor spreekbeurten op school. De websites waarbij dit het geval was, waren de volgende:

Tabel 3.2 Niet inhoudelijk gericht op kinderen, wel aantrekkelijk vormgegeven

Merk	Website	Leeftijdscheck
Autodrop	www.autodrop.nl	Ja
Fruitella	www.fruittella.nl/	Ja
Look-O-Look	https://www.lookolook.nl/	Ja
Maoam	https://www.haribo.com/nl-nl/producten/maoam	Ja

Nadere toelichting websites

Aangezien de beoordeling van de 21 websites als 'kindgericht' subjectief kan zijn, lichten we in tabel 3.3 nader toe waarom deze websites als zodanig zijn beoordeeld. Daarbij geven wij ook een nader oordeel over de mate waarin de website aan de regels in de RvV lijkt te voldoen en of het gepromote product in de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum staat. Voor geen van onderstaande merken werd de reclame gemaakt in samenwerking met een organisatie gericht op voeding, beweging en/of gezondheid. In figuur 3.1 zijn enkele voorbeelden weergegeven van websites die als 'kindgericht' zijn beoordeeld.

Tabel 3.3 Kindgerichte websites voedingsproducenten in 2023

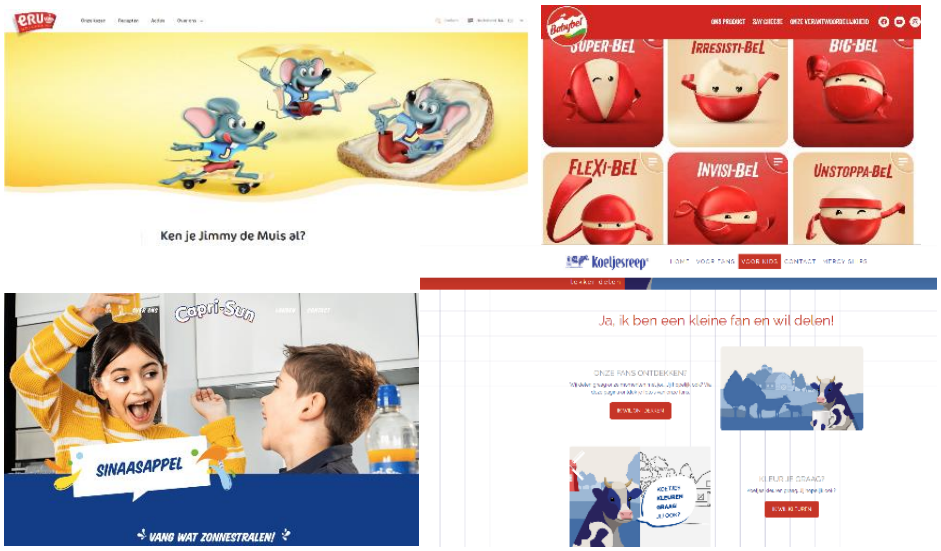
Merk	Criteria waarop kindgerichtheid is beoordeeld	RvV	Sv5
Babybel	– Video's met Babybel kaasjes als superhelden – Gebruik van (Baby)Bel karakters – Kinderen worden afgebeeld als de doelgroep	Afh. van product	
Bolletje	– Materiaal voor spreekbeurt	Afh. van product	

Campina	–	Uitnodigend taalgebruik voor kinderen (m.n. rondom de Campina Open Boerderijdagen)	Afh. van product	
Capri-Sun	–	Kinderen zijn afgebeeld als de doelgroep	Nee[17]	Nee
Chupa Chups	–	Kleurrijke en kind aantrekkelijke elementen – Uitnodigende taal	Nee	Nee
Croky	–	Aanwezigheid van eigen karakters (papegaaien) – Filmpjes op de website met eigen karakters – Materiaal voor spreekbeurt – Sportactie met kinderen in beeld	Ja	Nee
Duyvis	–	Materiaal voor spreekbeurt	Afh. v product	
Eru Kids	–	Karakter 'Jimmy de Muis' – Recepten die kindvriendelijk zijn vormgegeven – Materiaal voor spreekbeurt – Spelletjes en kleurplaten	Ja	Ja
Frisia Snoep	–	Website aantrekkelijk voor kinderen – Materiaal voor spreekbeurt	Nee	Nee
Harlekijntjes	–	Materiaal voor spreekbeurt	Nee	Nee
Kinder	–	Website aantrekkelijk voor kinderen – Mogelijkheid tot het downloaden van een app met spelletjes voor kinderen – Veel afbeeldingen van speelgoed – Knutselmateriaal	Nee	Nee
Koetjesreep	–	Aanwezigheid van 'kidscorner' met kleurplaten – Eigen karakter 'koe' – Foto's van kinderen – Uitnodigende taal voor kinderen – Traktatietips	Nee	Nee
La Vache qui rit	–	Traktatietips – Filmpjes met kinderen	Ja	Afh. v prod.
McDonalds	–	App voor de familie met luisterboeken, avatars maken en spelletjes.	Afh. v. product	
Red Bull[18]	–	Spelletjes op de website – Filmpjes op de website die aantrekkelijk zijn voor kinderen.	Nee	Nee
Smoeltjes	–	Spreken over 'uitdeelzakjes' – Spelletjes/puzzels – Aantrekkelijke website voor kinderen	Ja	Nee
Taksi[19]	–	Kleurrijke en kind aantrekkelijke website – Winactie gericht op kinderen	Ja	Nee
Tony's	–	Materiaal voor spreekbeurt	Nee	Nee

[17] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[18] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[19] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Chocolonely				
Unox	–	Traktatie en uitdeel tips	Nee	Nee
Venz	–	Materiaal voor spreekbeurt	Nee	Nee
	–	Aantrekkelijke website voor kinderen		
Wicky[20]	–	Materiaal voor spreekbeurt	Ja	Nee

Figuur 3.1 Voorbeelden van reclame gericht op kinderen op websites (Eru, Babybel, Capri-Sun en Koetjesreep)



3.3 Resultaten inventarisatie reclame op kindgerichte websites

Naast de websites van voedingsproducenten zelf, zagen we ook advertenties voor voedingsmiddelen op kindgerichte websites. Onder kindgerichte websites verstaan wij Nederlandse sites gerelateerd aan strips en tekenfilms (bijvoorbeeld Donald Duck, Nickelodeon), spelletjeswebsites en sites gericht op school (zoals scholieren.com). Op deze kindgerichte sites is gekeken naar banners en korte reclamevideo's die werden afgespeeld voorafgaand aan spelletjes of video's.

Methode
Voor de monitor hebben we gebruik gemaakt van de database van Nielsen voor online reclame. De informatie in deze database is samengesteld op dagelijks 'crawlen' (geautomatiseerd data verzamelen) van de 400 grootste websites in Nederland, waaronder ook kindgerichte websites. Hoe vaak Nielsen een site crawlt wordt bepaald door de 'audience' van een site: hoe hoger het aantal page views, hoe hoger de crawlfrequentie. Gedurende de dag en op de verschillende

[20] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

dagen blijft de frequentie min of meer gelijk. Daarnaast spelen de volgende factoren een rol:

- Hoeveel advertenties op elke site worden gevonden.
- Hoe dynamisch zijn de advertenties op een site.
- Hoe snel sites de content serveren.

Op basis van de methode (zie tekstbox) voor de inventarisatie zagen wij op 10 van de 13 geïnventariseerde websites in totaal 390 reclames voor 139 verschillende voedingsmerken. Dit is een afname van 44% in het aantal advertenties ten opzichte van 2022. Uit de vergelijking met de jaren 2021 en 2022 blijkt dat het aantal merken dat via kinderwebsites adverteert in de loop der jaren is afgenomen van 247 tot 139.

Tabel 3.4 Voedingsreclame op kindgerichte websites 2021-2023

Website(s)	2021	2022	2023
Elkspel.nl	110	81	55
Jijbent.nl	101	146	54
Kindertube.nl	1	11	6
Kleurplaten.nl	128	102	45
Nickelodeon.nl		1	
Scholieren.com	27		23
Speeleiland.nl	44	47	22
Spel.nl	104	78	45
Spel.nl 18-	75	74	44
Spele.nl			
Spelletjes.nl	107	76	53
Spelletjes.nl 18-	86	81	43
Totaal	**783**	**697**	**390**

Bron: Nielsen, bewerking Panteia, 2024

Vanwege het grote aantal advertenties hebben we in tabel 3.4 de productcategorieën weergegeven waarvoor werd geadverteerd via kinderwebsites. Daarbij is aangegeven of de advertenties in die categorie overwegend voor producten waren die wel of niet voldoen aan de voedingskundige criteria in de RvV en of zij overwegend wel of niet in de Schijf van Vijf staan. Opvallend is dat er ook advertenties waren voor zwak alcoholische dranken (14 advertenties) en sterk alcoholische dranken (5). Dit is niet toegestaan in het kader van de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken (RVA).

Een volledig overzicht van de geadverteerde producten, inclusief de toets aan de voedingskundige criteria van de RvV en de Schijf van Vijf, is opgenomen in bijlage 4.

Tabel 3.5 Geadverteerde merken per productcategorie, inclusief toets aan de RvV en Schijf van Vijf

Productcategorie	Verschillende merken[21]	RvV (overwegend)	Schijf van Vijf (overwegend)
Retail	132	Afh. v. prod.	
Horeca	43	Afh. v. prod/ portiegrootte	
Broodproducten, Banket	28	Afh. v. product	
Chocolade, Snoepgoed	23	Nee	Nee
Snacks	22	Afh. v. prod.	Nee
Non Alcoholische Dranken	20	Nee	Nee
Voedingsmiddelen Overig	19	Niet beoord.[22]	Nee
Suiker, Kruiden, Specerijen	16	Nee	Nee
Zwak Alcoholische Dranken	14	Nee, op basis van de RVA	Nee
Zuivel	13	Afh. v. prod	
Vlees, Vis, Wild en Gevogelte	12	Afh. v. prod./portiegrootte	
Aardappelen, Groenten, Fruit	11	Afh. v. prod./ portiegrootte	
Maaltijden	7	Afh. v. prod.	
Baby-, Kindervoeding	6	Afh. v. prod.	Nee
Koffie, Thee	5	Ja	Ja
Spijsvetten	5	Afh. v. prod.	
Sterk Alcoholische Dranken	5	Nee, op basis van de RVA	Nee

[21] De som van de merken hieronder is hoger dan het totaal aantal merken omdat sommige merken voor producten in méér dan één categorie adverteerden.

[22] Het betrof voornamelijk dieet-/afslankproducten die niet zodanig als categorie in de voedingskundige criteria zijn Opgenomen.

4

4 Sociale media van voedingsproducenten

Naast hun website beheren voedingsproducenten veelal ook hun eigen sociale mediakanalen. Ze maken bijvoorbeeld gebruik van Facebook, Instagram en TikTok om berichten aan (potentiële) consumenten te richten. Mogelijk bereiken zij via deze kanalen ook kinderen jonger dan 13 jaar.

Resultaten
De belangrijkste resultaten van de inventarisatie van de sociale media van producenten zijn de volgende:

- Van de 180 bekeken sociale mediapagina's van producenten op Facebook, Instagram en TikTok leken 13 zich te profileren richting kinderen. Deze pagina's waren van 8 verschillende merken.
- Dit is een kleine afname (-2) ten opzichte van vorig jaar.

Hierna lichten we allereerst de context, het beleid en de regels rondom marketing via sociale media toe (paragraaf 4.1). Vervolgens zoomen wij in op de resultaten van de inventarisatie (4.2).

4.1 Context, regels en beleid

Formeel gezien is er geen voedingsreclame gericht op kinderen op (de grote) sociale media. Dit komt omdat de bekendste sociale mediaplatforms leeftijdsrestricties hanteren. Facebook, Instagram en TikTok stellen alle een leeftijdsgrens van 13 jaar voor het aanmaken van een account. In principe zijn al deze sociale media platforms dus gericht op gebruikers boven de 13 jaar oud.

In de praktijk kunnen kinderen onder de 13 jaar echter alsnog de sociale mediapagina's van voedingsproducenten bekijken. In een korte enquête uitgevoerd voor deze monitor gaf 42,5% van de kinderen onder de 13 aan wel eens een account op sociale media te hebben aangemaakt met een hogere leeftijd. Van de jongeren tussen 13 en 18 was dit 50%. Daarnaast zijn sociale mediapagina's deels vrij toegankelijk, ook zonder account.

Het is overigens niet bekend welk aandeel van de bezoekers van sociale mediapagina's van voedingsfabrikanten jonger is dan 13 jaar. Instagram en Facebook nemen af in populariteit onder jongeren en kinderen. Uit recent onderzoek[23] blijkt dat minder dan een derde van de jongeren tot en met 14 jaar Facebook gebruikt. Instagram gaat pas een rol spelen vanaf 12 jaar: 53% van de kinderen van 12 tot en

[23] Newcom.nl (2024) Nationaal Social Media Onderzoek 2024. https://www.newcom.nl/socialmediaonderzoek/

met 14 gebruikt Instagram, tot en met 11 jaar is dit gemiddeld minder dan een derde. Beide sociale media zijn een stuk minder populair onder kinderen dan TikTok. Voedingsfabrikanten gebruiken TikTok echter minder met een eigen account.

Om een beeld te krijgen van in hoeverre voedingsproducenten zich online richting kinderen profileren, hebben we op Facebook, Instagram en TikTok de uitingen op sociale media van verschillende producenten bekeken. Daarbij is dezelfde lijst van producenten gehanteerd als voor de inventarisatie van de websites (hoofdstuk 3). Eventuele reclame of profilering van voedingsproducten op een voor kinderen aantrekkelijke manier zijn in meer detail bekeken en geanalyseerd aan de hand van de voedingscriteria van zowel de RvV als het Voedingscentrum.

De inventarisatie van deze (eigen) pagina's op sociale media van de voedingsproducenten staat los van de inventarisatie van de directe sponsoring van influencers op YouTube, Instagram en TikTok (hoofdstuk 5 tot en met 7).

4.2 Resultaten inventarisatie sociale media

In totaal zijn de posts van 74 Facebookaccounts, 84 Instagramaccounts en 22 TikTokaccounts bekeken. Het ging in alle gevallen alleen om berichten (foto's, video's) die in 2023 waren geplaatst. Op 4 van de 74 bekeken Facebookpagina's, 8 van de 84 bekeken Instagrampagina's en 1 van de 22 bekeken TikTokpagina's werden voedingsmiddelen geadverteerd, waarbij de uitingen kindgericht in hun vormgeving en inhoud leken. Bij elkaar gaat het om 8 verschillende merken, waarvan een aantal dezelfde zowel op Instagram als Facebook plaatste. Het gaat om de volgende pagina's:

Tabel 4.1 Advertenties op sociale media voor voedingsmiddelen die kindgericht leken

Instagram	Facebook	TikTok
Jamin	Jamin	Jamin
Frisia Snoep	Frisia snoep	
La Vache qui rit	La Vache qui rit	
Harlekijntjes	Harlekijntjes	
Babybel		
Eru		
Smoeltjes		
Wicky		

Deze beoordeling is gebaseerd op dezelfde criteria als voor de websites, namelijk: een voor kinderen aantrekkelijke vormgeving, de mate waarin kinderen (ogenschijnlijk) direct worden aangesproken en inhoud die bij de belevingswereld van kinderen aansluit. In de onderstaande figuren 4.1 toten met 4.3 zijn enkele voorbeelden weergegeven van sociale media berichten die als 'kindgericht' zijn beoordeeld.

Ten opzichte van vorig jaar zijn er dit jaar twee sociale mediapagina's van fabrikanten minder aangemerkt als '(mogelijk) gericht op kinderen'. N.B. dit is het eerste jaar dat

er ook naar TikTok wordt gekeken. De meeste fabrikanten die dit jaar aangemerkt werden, zijn vorig jaar niet aangemerkt. Alleen Babybel en Smoeltjes zijn ook vorig jaar in het rapport aangemerkt.

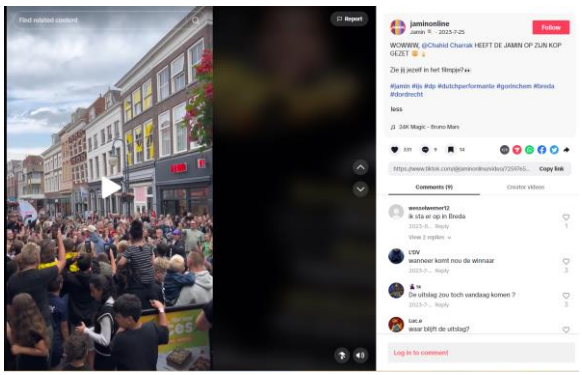
Figuur 4.1 Voorbeelden van reclame van Harlekijntjes gericht op kinderen op Facebook



Figuur 4.2 Voorbeelden van reclame van Babybel en La Vache qui rit gericht op kinderen op Instagram



Figuur 4.3 Voorbeeld van reclame van Jamin gericht op kinderen op TikTok



Aangezien de beoordeling van de uitingen via sociale media als 'kindgericht' subjectief kan zijn, lichten we hieronder nader toe waarom deze websites als zodanig zijn beoordeeld. Daarbij geven wij ook een nader oordeel over de mate waarin de website aan de regels in de Nederlandse Reclamecode lijkt te voldoen en of het gepromote product in de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum staat

Tabel 4.2 Kindgerichte uitingen op sociale media van voedselproducenten

Merk en bronnen	Criteria waarop is beoordeeld	RvV	Sv5
Babybel (Instagram)	– Kinderen jonger dan 13 jaar afgebeeld in posts – Winactie gericht op kinderen – Kinderen benoemd als de doelgroep – Taalgebruik gericht op kinderen.	Afh. van product, doelgroep onbekend	Afh. van product
Eru (Instagram)	– Winactie gericht op kinderen	Ja	Ja
Frisia snoep (Instagram & Facebook)	– Posts zijn aantrekkelijk voor kinderen	Nee, doelgroep onbekend	Nee
Harlekijntjes (Instagram & Facebook)	– Winactie gericht op kinderen – Posts aantrekkelijk voor kinderen	Nee, doelgroep onbekend	Nee
Jamin (Instagram, Facebook & TikTok)	– Kinderen onder de 13 spelen een rol in de posts – Inzet van vloggers die duidelijk populair zijn bij kinderen (beelden van meet & greet met veel kinderen)	Nee, doelgroep onbekend	Nee
La Vache qui rit (Instagram & Facebook)	– Traktatietips voor kinderen – Kinderen als doelgroep	Ja	Afh. van prod.
Smoeltjes (Instagram)	– Te downloaden verlanglijstje voor sinterklaas – Aantrekkelijke posts voor kinderen – Winacties voor kinderen	Ja	Nee
Wicky (Instagram)[24]	– Winactie aantrekkelijk voor kinderen	Ja	Nee

[24] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

5

5 YouTube

YouTube is een van de populairste sociale media onder kinderen, ook kinderen jonger dan 13. Dit blijkt onder andere uit het Nationaal Social Media Onderzoek, waarin staat dat 63 tot 70% van de kinderen tussen de 6 en 14 gebruik maakt van YouTube[25].

Resultaten
De belangrijkste resultaten van de inventarisatie van YouTube zijn de volgende:

- Door actief beleid van YouTube zien minderjarigen (wanneer zij zijn ingelogd met een eigen account) niet of nauwelijks nog reclames voor voedingsmiddelen voorafgaand aan YouTube video's of in banners over en/of naast video's.
- Wel zien wij een toename van voedingsmiddelen die in de video's worden getoond. Deze toename is vooral toe te schrijven aan gesponsorde post van influencers en posts waarin producten worden getoond waarmee zij strategische partnerschappen hebben. Ook namen de weergaven van producten niet-gesponsorde producten toe waarbij er geen sprake was van sponsoring, maar op eigen initiatief in beeld werden gebracht.
- In ruim 38% van de 2.404 door ons bekeken video's komen één of meer voedingsmerken in beeld. Een klein deel hiervan voldeed aan de voedingskundige criteria van de RvV en stond in de Schijf van 5, maar de grote meerderheid van alle in beeld getoonde producten (zowel gesponsord als niet-gesponsord) voldeed niet aan deze criteria.
- In 21% van de video's met voedingsmerken gaat het om een betaalde samenwerking en/of gekregen producten. In nog eens 7% van de video's met voedingsmerken is het onduidelijk en gaat het wellicht ook (deels) om een vorm van sponsoring of reclame.

Hierna lichten we allereerst de context, het beleid en de regels rondom marketing via YouTube toe (paragraaf 5.1). Vervolgens zoomen wij in op de resultaten van de inventarisatie (5.2).

5.1 Context, regels en beleid

Op YouTube zijn vooral de vloggers populair onder kinderen. Deze 'YouTubers' zoals Enzo Knol publiceren wekelijks (of vaker) korte en lange filmpjes via YouTube en zijn daardoor uitgegroeid tot nationale beroemdheden en idolen. Daarnaast zijn ook YouTube-kanalen van groepen, zoals de Bankzitters en StukTV populair onder kinderen. Op basis van hun populariteit beïnvloeden de vloggers en idolen de opinie en keuzes van hun volgers. In veel uitingen op sociale media bespreken zij namelijk hun voorkeuren voor activiteiten, merken en producten. Daarom spreken we van online 'influencers'. Adverteerders zijn de laatste jaren ingehaakt op de populariteit van influencers. Populaire YouTubers hebben honderdduizenden abonnees die

[25] Newcom.nl (2024) Nationaal Social Media Onderzoek 2024. https://www.newcom.nl/socialmediaonderzoek/

dagelijks naar hun video's kijken. Dit zorgt ervoor dat zij aantrekkelijk zijn voor adverteerders om te gebruiken ten behoeve van de promotie van hun producten of merken.
YouTube heeft verschillende varianten van een account[26]:

- Als de gebruiker jonger is dan 16 jaar moet het gebruik onder ouderlijk toezicht gebeuren. Dit betekent dat het account van het kind moet worden gekoppeld aan het account van een volwassene (een ouder/verzorger). De houder van het volwassenenaccount kan dan zien wat het kind online doet en bekijkt.
- Voor het aanmaken van een volledig zelfstandig account voor YouTube geldt een minimale leeftijd van 16 jaar.

Het is voor YouTubers mogelijk om video's af te schermen voor kinderen jonger dan 13, 16 of 18 jaar.

Vormen van reclame op YouTube

Er kan op meerdere manieren reclame in en om video's worden gemaakt. Deels hebben de YouTubers hier zelf controle over, en deels wordt de reclame door YouTube gefaciliteerd. We onderscheiden de volgende varianten voor reclame:

1 **Pre-roll, mid-roll en post-roll**: Reclamefilmpjes die door YouTube voorafgaand aan, tijdens, of na afloop van de video worden getoond. Deze reclamefilmpjes kunnen soms wel en soms niet na 5 seconden worden weggeklikt. De YouTubers bepalen zelf niet welke reclames voor welke merken in de reclamevideo's worden getoond.
2 **Banners:** Dit is reclame in tekst die door YouTube tijdens de speeltijd als een balk over de video heen wordt geplaatst. Deze kan via een kruisje in de rechterbovenhoek worden weggeklikt. Ook zijn er soms banners op de pagina naast de video's te zien. De YouTubers bepalen zelf niet welke reclames en welke merken in de banners worden getoond.
3 **Product placement**, ook wel **gesponsorde content**: het merk of product maakt onderdeel uit van het getoonde filmpje, bijvoorbeeld doordat de YouTuber het product of de dienst uitprobeert. In de nieuwe Reclamecode Social Media & Influencer Marketing (RSM) is aangegeven dat deze vorm van adverteren duidelijk moet worden aangegeven door de YouTuber. Er kan ook sprake zijn van onbetaalde aanprijzing van een product door een YouTuber. In hun hoedanigheid als idool of beroemdheid kan het nuttigen van eten of drinken in een video als een impliciete aanprijzing worden gezien. Dit is echter geen reclame door de producent, omdat deze niet betaalt voor de dienst van het gebruiken/promoten van het product of dienst door de YouTuber. Omdat het voor de kijker echter niet altijd duidelijk is of het om gesponsorde content gaat, hebben wij in deze monitor zowel naar betaalde als (ogenschijnlijk) onbetaalde product placement gekeken.

Ontwikkelingen

Zowel aan de kant van de YouTubers als aan de kant van YouTube als platform zijn er de afgelopen jaren ontwikkelingen geweest die van belang zijn in de context van kindermarketing. In de voorwaarden van YouTube en de reclamecode zijn

[26] In feite een Google-account, aangezien YouTube eigendom is van Google.

maatregelen genomen rondom reclame via sociale media. Daarnaast zien wij een trend waarbij YouTubers zelf producten ontwikkelen.

Beschermen van kinderen door YouTube

YouTube heeft zelf maatregelen genomen om (jonge) kinderen te beschermen tegen zowel video's als reclames die niet voor hen bestemd zijn. Daartoe heeft YouTube de volgende maatregelen genomen en opties voor gebruik geboden:

- **YouTube Kids**: Naast de reguliere website en app heeft YouTube ook een app voor kinderen: YouTube Kids. Hiermee kunnen kinderen veiliger en eenvoudiger YouTube gebruiken. Het is een gefilterde omgeving van het reguliere YouTube, waarin op basis van algoritmes alle inhoud die niet geschikt of bedoeld is voor kinderen (zo veel mogelijk) is weggelaten. Dit betekent bijvoorbeeld ook dat een aantal onder kinderen populaire vloggers niet via YouTube Kids te zien zijn. Eventuele reclame wordt afgestemd op jonge kijkers. YouTube geeft echter expliciet aan dat de (gesponsorde) inhoud van video's in YouTube Kids buiten hun beleid vallen. Hierin kan dus reclame voorkomen. In de huidige inventarisatie is YouTube Kids niet meegenomen. Veel vloggers die populair zijn onder kinderen zijn namelijk niet via YouTube Kids te zien, waardoor kinderen zich nog steeds voornamelijk op de reguliere variant van YouTube begeven.
- **Leeftijdsindicatie door content creators:** YouTube vraagt sinds 2020 aan de makers van video's om bij elke video aan te geven of het gericht is op kinderen jonger dan 13 jaar. Wanneer dit het geval is, brengt dat enkele beperkingen met zich mee voor de makers en adverteerders. Verschillende interactieve functies van YouTube zijn dan niet meer mogelijk[27]. Het gaat dan bijvoorbeeld om het plaatsen van reacties, kanaallidmaatschappen en het gebruiken van links in de video. Ook is het voor adverteerders niet mogelijk om reclame voor voedingsmiddelen te plaatsten bij video's gericht op kinderen jonger dan 13. Ten slotte zorgt de instelling 'gericht op kinderen jonger dan 13 jaar' ervoor dat YouTube minder gegevens over de kijker verzamelt. Hierdoor kunnen adverteerders geen gepersonaliseerde advertenties laten zien bij content voor kinderen.
- **Geen reclame voor ongezonde producten bij 18-:** advertenties en bestemmingssites voor eten en/of niet-alcoholische dranken met veel vet, suiker en zout mogen niet worden gericht op minderjarigen[28]. Dit wil zeggen, personen die zijn ingelogd met een account met een leeftijd jonger dan 18. De fabrikanten moeten zelf aangeven dat zij producten promoten die niet voldoen aan bepaalde voedingskundige criteria. De advertenties worden dan bewust weggehouden bij minderjarigen. De lijst met voedingskundige criteria van Google wijkt af van de EU-Pledge en van de voedingskundige criteria in de RvV. Een aantal criteria is strenger, een aantal minder streng. In het advertentiebeleid van YouTube staat niet waarop de criteria zijn gebaseerd.

[27] Voor meer informatie over de restricties en de genoemde functies, zie: https://support.google.com/youtube/answer/9527654?hl=nl.

[28] Zie: https://support.google.com/adspolicy/answer/9919030?hl=nl

Reclamecode Social Media & Influencer Marketing en Social Code

Sinds 2019 is er een onderdeel aan de NRC toegevoegd omtrent influencers en sociale media. In de Reclamecode Social Media & Influencer Marketing (RSM) 2019[29] is vastgelegd dat influencers duidelijk moeten aangeven als er sprake is van een gesponsord product of dienst in hun uiting. Dit kunnen ze doen door het in filmpjes in beeld te brengen, hardop uit te spreken en/of door middel van tekst in of bij de video's/foto's.

De minimale variant voor het weergeven van een gesponsorde post is het gebruiken van de 'hashtag' #ad, #sp, #partner of vergelijkbaar. Deze moet zichtbaar zijn zonder dat er op een knop zoals "meer weergeven" moet worden geklikt. In de praktijk zien wij overigens dat de vermelding van sponsoring pas zichtbaar is wanneer de uitgebreide beschrijvende tekst wordt getoond. De sponsoring is dan dus niet direct zichtbaar. Ook zijn wij een aantal keer tegengekomen dat er alsnog gesponsorde onderdelen in een video waren opgenomen, ondanks dat er in een (standaard)tekst onder de video was aangegeven dat dit niet het geval zou zijn.

Mediawet

De nieuwe Mediawet is op 1 juli 2022 in werking getreden. Door de intreding van deze wet, valt een selectie van de influencers onder het toezicht van het Commissariaat voor de Media.[30] Influencers met meer dan 500.000 volgers op Tiktok, Instagram of YouTube, die de afgelopen 12 maanden ten minste 24 video's hebben geplaatst en daar financieel voordeel uit halen, moeten zich registreren bij het Commissariaat voor de Media.[31]

Deze influencers vallen onder actief toezicht van het Commissariaat. Daarnaast moeten de influencers zich aansluiten bij de Stichting Reclame Code, mits zij reclame maken voor producten, en zich aanmelden bij het Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media (NICAM).[32]

De regels die het Commissariaat voor de Media heeft opgesteld houden in dat 1) men helder moet zijn over reclame, 2) men rekening moet houden met minderjarigen in het kader van de regels van het NICAM, 3) men moet kenbaar maken wie zij zijn, en dat zij onder het Commissariaat voor de Media vallen, en 4) men een bewaarplicht heeft van twee weken van de geposte video's.[33]

Het Commissariaat voor de Media en de Stichting Reclame Code houden beide toezicht op de naleving van opgestelde reclameregels en wetten. Hierbij richt het Commissariaat voor de Media zich op de Nieuwe Media Wet, en de Stichting Reclame Code zich op de Nederlandse Reclame Code.[34] Wanneer er bij de Reclame Code Commissie (RCC) een klacht wordt ingediend en het blijkt een reclame de Nederlandse Reclame Code overtreedt, kan de RCC een "aanbeveling" doen.[35] Wanneer er

[29] https://www.reclamecode.nl/nrc/reclamecode-social-media-rsm/
[30] https://nos.nl/artikel/2429177-grote-influencers-moeten-zich-binnenkort-ook-aan-reclameregels-houden
[31] https://www.cvdm.nl/toestemmingen/video-uploader-registreren/doe-de-registratiecheck
[32] cvdm.nl/toestemmingen/video-uploader-registreren/onder-toezicht-wat-nu
[33] https://www.cvdm.nl/toestemmingen/video-uploader-registreren/onder-toezicht-wat-nu
[34] https://www.reclamecode.nl/news/samenwerking-stichting-reclame-code-en-commissariaat-voor-de-media/
[35] https://www.reclamecode.nl/nrc/8-de-uitspraken-van-de-reclame-code-commissie-en-het-college-van-beroep/

dusdanige ernst in de overtreding is, kan de Commissie een alert verspreiden en daarbij de overtreding kenbaar maken aan het publiek via een persbericht.[36] Het Commissariaat voor de Media heeft zwaardere middelen om te sanctioneren. Zo kan het Commissariaat boetes opleggen tot €225.000 en zendtijd of uitzendvergunningen intrekken.[37]

Eigen producten van YouTubers

Verschillende voor deze monitor gevolgde YouTubers hebben het afgelopen jaar een eigen product ontwikkeld. Het gaat om de volgende producten van YouTubers:

- Focus Drink, een energiedrank van Don en Royalistiq.
- Wonder Water, bier en frisdrank van Harm.
- Charlie's Organic, frisdrank van Kalvijn
- No Excuse Energy, energiepoeder van Koen1
- Krikkies, chips van Bram Krikke

Deze producten worden getoond in hun eigen video's. Ze introduceren het product en/of nemen de kijkers mee naar de productiefaciliteiten. Op deze wijze promoten zij hun eigen product. Ze noemen het echter niet altijd een 'betaalde samenwerking' in (de omschrijving van) de video. Bovendien maken ze niet alleen zelf reclame voor het product. Ook bevriende YouTubers proberen de producten uit. Daarbij wordt soms wel, maar niet altijd verteld of ze het product gratis hebben gekregen.

5.2 Resultaten inventarisatie YouTube

In 2023 hebben we in totaal 2.404 video's van 43 YouTubers bekeken[38]. Deels ging het om andere YouTube kanalen dan we in eerdere jaren hebben gevolgd. Alle video's zijn bekeken met een account van een gebruiker met een leeftijd jonger dan 18 jaar.

Voorafgaand, tijdens, in en om 921 van de bekeken e video's waren merken van voedingsproducten zichtbaar (38%, tabel 5.1). In totaal ging het om 967 verschillende merken (met verschillende productvarianten). De meerderheid van de vermeldingen betrof producten die in beeld werden gebracht door de YouTuber zelf, zonder dat er (waarschijnlijk) sprake was van een betaalde vorm van promotie of gratis aangeboden producten. In 7 video's was er sprake van een betaalde samenwerking of waren de producten gratis aangeboden door de fabrikant (1% van alle video's met voedingsmerken). In 131 video's (14%) was er een vermelding van een eigen product van de betreffende YouTuber. Bij 61 video's was er een voedingsmerk zichtbaar of werd een merk nadrukkelijk benoemd, zonder dat daarbij duidelijk werd aangegeven of het product gesponsord was. Uit de context kon echter wel aangenomen worden dat het om een vorm van reclame ging.

Naast deze weergaven van producten als onderdeel van de video, waren 6 reclames via pre-roll of mid-roll advertenties te zien (<1% van alle video's met voedingsmerken) en 7 reclames via banners over of naast de video's (<1% van alle video's met voedingsmerken). Deze laatste twee vormen van reclame worden door YouTube

[36] Idem
[37] https://www.cvdm.nl/over-het-cvdm/missie-en-visie/onze-bevoegdheden
[38] Zie bijlage 3 voor een overzicht van de gevolgde YouTubers.

gefaciliteerd en gaan in principe buiten de YouTuber om. Wel deelt de YouTuber in de reclameopbrengsten.

In de praktijk zijn er combinaties mogelijk van de verschillende typen weergaven van voedingsproducten in en om video's. Zo kan een YouTuber eigen producten tonen en daarnaast ook producten van derden. Ook kunnen banners of preroll ads zijn geplaatst rondom video's waarin ook sprake is van gesponsorde content. Daarom tellen de percentages in tabel 5.1 op tot meer dan 100%.

Tabel 5.1 Overzicht voedingsmerken zichtbaar in YouTube video's (2023)

YouTube	2021 abs.	2021 %	2022 abs.	2022 %	2023 abs.	2023 %
Aantal gevolgde YouTubers	43		43		43	
Totaal bekeken video's	2.765		2.666		2.404	
Aantal video's met één of meer voedingsmerken in beeld	**491**	**18%**	**567**	**21%**	**921**	**38%**
Daarvan:						
- *Video's met gesponsorde content (duidelijk aangegeven)*	*25*	*5%*	*63*	*11%*	*24*	*3%*
- *Video's met eigen producten*	*25*	*5%*	*98*	*17%*	*167*	*18%*
- *Video's met merk(en) prominent in beeld (deels mogelijk gesponsord)*	*7*	*1%*	*2*	*< 1%*	*40*	*7%*
- *Video's met merk(en) zichtbaar, waarschijnlijk geen sponsoring*	*384*	*78%*	*433*	*76%*	*726*	*79%*
- *Video's met pre-roll en/of mid-roll advertenties*	*70*	*14%*	*13*	*2%*	*6*	*<1%*
- *Video's met banners over/naast video*	*28*	*6%*	*3*	*< 1%*	*7*	*<1%*
Totaal aantal verschillende voedingsmerken	**338**		**298**		**967**	

Ten opzichte van vorig jaar is er een aantal veranderingen zichtbaar. Daarbij merken wij wel op dat de uitkomsten van 2022 en 2023 niet volledig vergelijkbaar zijn, doordat de selectie aan gevolgde influencers is gewijzigd ten opzichte van vorig jaar.

- Het totaal aantal weergaven van voedingsmerken is zowel absoluut als relatief toegenomen. Het grootste aandeel hiervan zit in de video's waarin merken zichtbaar getoond zijn, maar er waarschijnlijk geen sprake is van sponsoring.
- Het aantal duidelijk aangegeven gesponsorde video's is afgenomen, van 63 in 2022 naar 24 in 2023.
- Het aantal video's met eigen producten is toegenomen van 98 in 202 naar 167 in 2023.
- Het aantal video's waarin mogelijke of waarschijnlijke sponsoring is, is toegenomen van 2 in 2022 naar 40 in 2023.

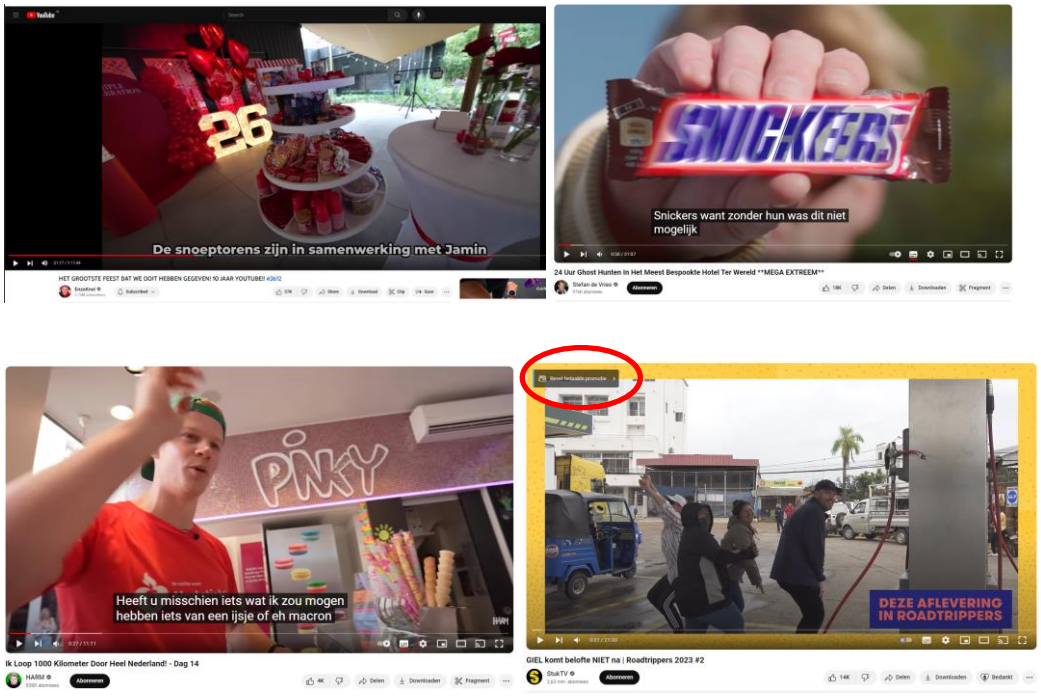
Hierna lichten we per type van (mogelijke) reclame nader toe hoe de merken in beeld werden gebracht en beoordelen wij in hoeverre de getoonde producten zouden voldoen aan de criteria voor voedingsreclame gericht op kinderen, als ze naar die maatstaf zouden worden beoordeeld. Omdat de doelgroep echter niet bekend is, kan

geen nader oordeel worden gegeven over in hoeverre deze advertenties in overeenstemming met de Reclamecode zijn.

Gesponsorde content in video's (duidelijk aangegeven)

In 24 video's (2% van alle video's met voedingsmerken) was er sprake van duidelijk aangegeven gesponsorde content. Het gaat daarbij om vormen van betaalde promotie en gratis verkregen producten. Dit werd in de meeste gevallen weergegeven door het vermelden van de samenwerking in de video en/of de beschrijving. De meest duidelijke weergave van gesponsorde elementen in een video is door aan het begin van de video een label linksboven in beeld te laten verschijnen waarin staat dat de video 'betaalde promotie' bevat (figuur 5.1, rechtsonder). Dat label wordt echter maar beperkt gebruikt door de influencers. In de meeste video's werd alleen in de video zelf verteld dat een product was gekregen

Figuur 5.1 Duidelijke weergave van gesponsorde content op YouTube



In de onderstaande tabel 5.2 is weergegeven welke merken in 2023 YouTubers sponsorden. In de meeste gevallen ging het om producten die niet aan de voedingskundige criteria van de RvV voldoen en ook niet in de Schijf van Vijf staan. Omdat de exacte samenstelling van de kijkers van de video's niet bekend is, weten we niet of meer dan 25% van de kijkers jonger is dan 13 jaar. Daardoor is het onduidelijk in hoeverre de sponsoring van deze video's als 'kindgericht' kunnen worden beoordeeld. Zo is bijvoorbeeld van Stuk TV bekend dat dit kanaal zich richt op een oudere doelgroep, maar dat zij ook populair zijn onder jongere kinderen[39].

[39] Dit bleek o.a. uit een korte peiling onder jongeren en kinderen die wij in het kader van deze monitor hielden.

Tabel 5.2 Gesponsorde content in YouTube video's (2023)

Merk	YouTuber	RvV	Sv5
Amalfi (horeca)	Harm (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Asian delight (horeca)	Harm (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Australian	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bakkerij 't Stoepje	Gewoon Thomas (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Ben & Jerry's	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bla Bla (horeca in Dubai)	Harm (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Cabau	Jade Anna (2)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Candyman	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Crystal Head Vodka	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Domino's	Harm (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Delifrance	Harm (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
DubbelFrisss[40]	Ties (2)	Nee	Nee
Dunkin' Donuts	Bankzitters (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Focus Drink	Milan Knol (2)	Ja	Nee
Fuze Tea	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.[41]	Nee
Ice Bakery (ijssalon)	Harm (1)	Niet beoordeeld	Nee
Il Gusto (horeca)	Harm (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Jansen aan zee	Harm (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Jamin	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jopen	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kings (ijssalon)	Harm (1)	Niet beoordeeld	Nee
Mates Rum	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mariasweetcakery (taart)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mentos	Stuk TV (8)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pathé popcorn	Harm (1)	Ja	Nee
Pinky (wafel)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Salud Distributie	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sushi Familie	Harm (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Snickers	Stefan de Vries (4)	Nee, doelgr. onb.	Nee
The Meat (horeca in Dubai)	Harm (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Vers in	Gewoon Thomas (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.

[40] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)
[41] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Voor jou (chocolade)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zoet Express (snoepwinkel)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Totaal: 33 merken, 24 posts			

Harm

De meest gesponsorde YouTuber was afgelopen jaar Harm. Hij deed een sponsorloop voor de Hartstichting waarbij hij naar alle provinciehoofdsteden in Nederland liep. Daarbij mocht hij geen geld uitgeven. Bij verschillende ondernemers (horeca, ijswinkels, snoepwinkels) vroeg hij daarom om gratis producten (maaltijden, ijsjes, drank en overnachtingen). Verschillende van de ondernemers die hem gratis producten of diensten gaven waren met merknaam duidelijk herkenbaar in beeld of werden door Harm benoemd. Ondanks dat deze merken niet in de tekst werden aangeduid als sponsor (met vermelding van #sponsor of vergelijkbaar) nemen we ze wel in deze categorie mee, omdat in beeld duidelijk sprake was van gratis verkregen producten.

Eigen producten

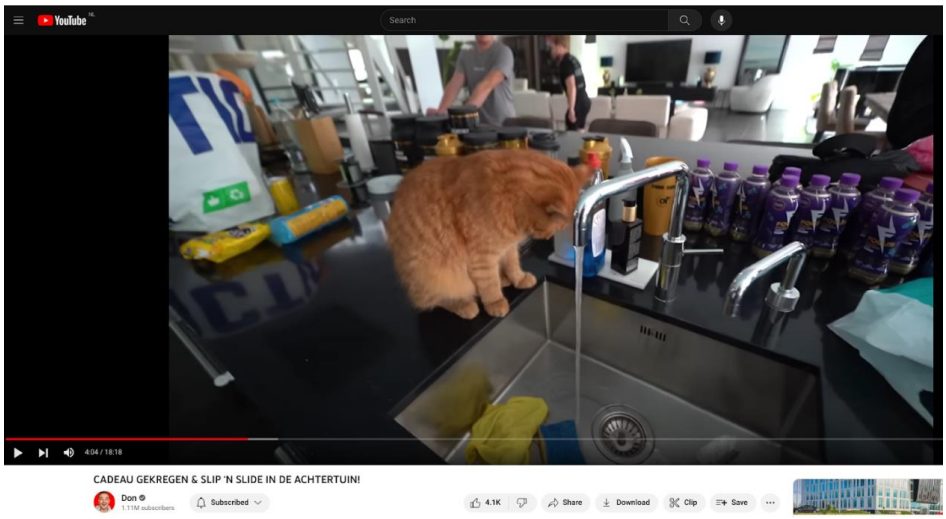
YouTubers maken niet alleen reclame voor producten van derden. Sommige zijn zelf actief betrokken bij producten. In 2023 ging het om 5 merken, die in 167 video's aan bod kwamen. In slechts 6 video's met een vorm van weergave van het eigen product gaven de influencers expliciet aan dat het ging om betaalde samenwerking. Bij 3 video's was er geen enkele vermelding van het merk of mogelijke sponsoring in de tekst. Bij alle andere video's was er in de beschrijvende tekst een expliciete verwijzing naar het merk en/of een link naar een verkooppunt, zonder het betaalde partnerschap expliciet te vermelden.

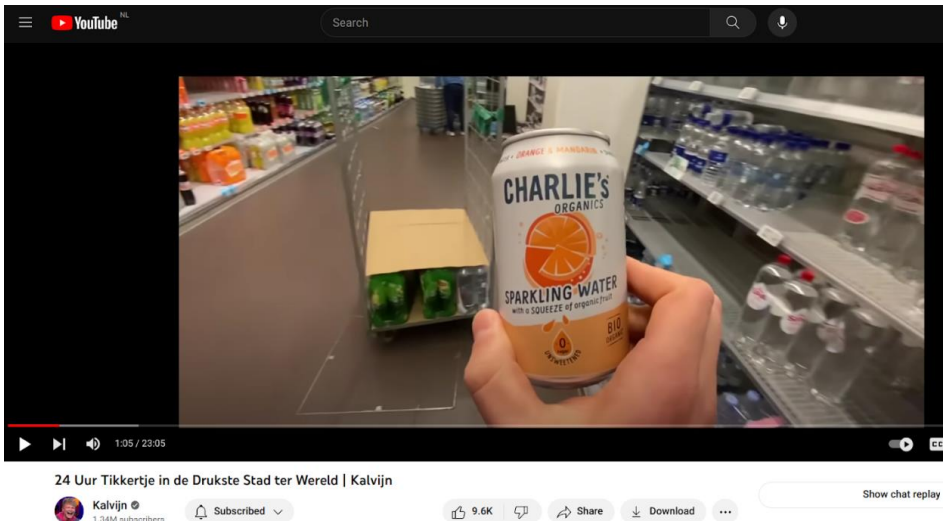
Bij de voor deze monitor gevolgde YouTubers gaat het in alle gevallen om producten die niet in de Schijf van Vijf staan (tabel 5.3). Omdat de doelgroep niet bekend is, kan geen nader oordeel worden gegeven over in hoeverre deze advertenties in overeenstemming met de RvV zijn, al zouden in ieder geval twee van de producten op basis van het aantal calorieën wel richting kinderen gepromoot mogen worden.

Tabel 5.3 Eigen voedingsproducten van YouTubers gepromoot in hun YouTube video's (2023)

Merk	YouTuber	RvV	Sv5
CandyShop Lakap	Familie Lakap (14)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Charlie's organics	Kalvijn (6)	Ja	Nee
Focus Drink	Royalistiq (91), Don (37)	Ja	Nee
No Excuse (energy drank)[42]	Koen1 (18)	Onbekend	Nee
Wonder water (frisdrank & bier)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Totaal	**5 merken 167 posts**		

Figuur 5.2 Voorbeelden van promotie van een eigen merk via het YouTube kanaal van de influencer





[42] Op het moment van opstellen van dit rapport lijkt het product niet meer beschikbaar en kunnen de voedingswaarden dus niet meer achterhaald worden.

Video's met merk(en) prominent in beeld (deels mogelijk gesponsord)

Naast de duidelijke betaalde samenwerkingen, zijn er ook video's waar bepaalde merken uitdrukkelijk aandacht krijgen van de influencer. Gelet op hun rol als 'beïnvloeder' van kinderen en jongeren, is het van belang om een goed beeld te hebben van de producten die uitdrukkelijke (positieve) aandacht van de influencer krijgen Als volgers zien dat een influencer een product aanprijst, is de kans groot dat zij dit product ook willen proberen.

In 2023 zagen wij 43 video's van influencers waarbij zij bepaalde merken zeer prominent in beeld brachten, zonder uitdrukkelijk aan te geven dat het reclame is. Deels gaat het om merken die de influencer ogenschijnlijk op eigen initiatief in beeld brengt, maar deels ook om (mogelijk) betaalde samenwerkingen, waarbij de (ogenschijnlijke) sponsor ook in de begeleidende tekst onder de video is vermeld. Zo komen bij video's van Jade Anna geregeld producten van Cabau in beeld, zonder dat ze vermeldt dat ze hiermee een betaalde samenwerking heeft.

In de onderstaande tabel 5.4 zijn de merken weergegeven die in video's van influencers op prominente wijze beeld kwamen, inclusief beoordeling op basis van de voedingskundige criteria van de RvV en de Schijf van Vijf.

Tabel 5.4 YouTube video's waarin merken prominent in beeld kwamen en er mogelijk sprake is van een samenwerking (2023)

Merk	YouTuber	RvV	Sv5
Amoroso pizzeria	Boaz (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Cabau	Jade Anna (7)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Coca-Cola	Clonny Games (1)	Nee, doelgr. onb.[43]	Nee
Dorito's	Clonny Games (1)	Ja	Nee
Fitness candy company	Jade Anna (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Gold Dry	Gio (1), Harm (1), Enzo Knol (1)		
Hema	Juf Roos (2)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Hema (strooigoed)	Juf Roos (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hershey's	Clonny Games (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
KitKat	Milan Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Loetje	Bankzitters (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Magnum	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
McDonalds	Bankzitters (1), Clonny Games (1), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Afh. v. prod.
McDonalds (Happy Meal)	Bankzitters (1),	Afh. v. prod.	Nee

[43] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

	Clonny Games (1), Harm (1)		
Piccolino	Jesse hoefnagels (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Prept (protein oatmeal)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pringles	Ronald (1)	Ja	Nee
RedBull	Harm (1), Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.[44]	Nee
Restaurant Black	Senna Bellod (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
S. Pellegrino	Senna Bellod (1)	Ja	Ja
Stelz	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Stirritup cocktails (zonder alcohol)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
SweetcakesNL	Familie Lakap (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Truman Bar	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Totaal	**40 posts, 22 merken**		

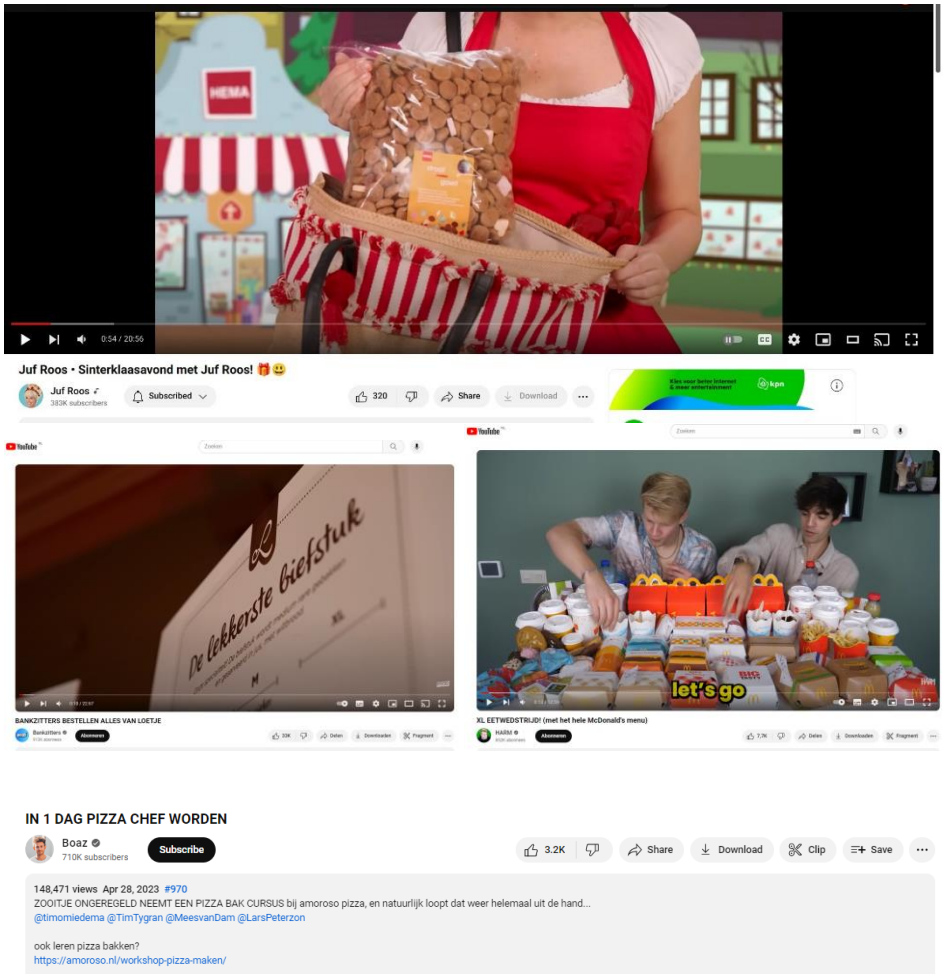
Product placement in streams van games

Clonny Games komt in bovenstaande tabel drie keer voor. De voedingsmerken die in zijn posts beeld komen, zijn binnen de omgeving van de game die door hem wordt gespeeld. De beelden van het spelen van de games deelt hij in een 'stream' via YouTube (een live of integrale weergave van het spelen). We vermoeden dat Clonny Games niet direct door de voedingsproducenten zelf wordt gesponsord, maar het kan zijn dat de games zijn gesponsord door de voedingsproducenten. Door het spelen van de games en het in beeld brengen tijdens zijn video's, krijgen de voedingsproducenten exposure onder de streamers.

Er was ook een video waarin Harm gesponsord werd (duidelijk aangegeven) door de financiële dienstverlener Revolut om alles van het McDonalds menu te eten. In dit geval wordt niet aangegeven dat er ook sprake zou zijn van een samenwerking met McDonalds. Maar het is niet uit te sluiten dat McDonalds hier op een of andere manier ook bij betrokken is geweest.

[44]Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Figuur 5.3 Voorbeeld van een vermoedelijk/waarschijnlijk gesponsorde post



Pre-roll en mid-roll advertenties

Bij 9 van de bekeken video's was er een door YouTube geprogrammeerde reclame vooraf of tijdens de video van de YouTuber te zien. Daarbij ging het om 4 verschillende merken. Kijkers kunnen deze reclame vaak na enkele seconden wegklikken. YouTube heeft in de eigen reclamevoorwaarden opgenomen dat ze alleen reclames voor ongezonde producten via deze weg tonen aan gebruikers van 18+.

In tabel 5.5 staat een overzicht van het merk (product), de vlogger waar de reclame was geprogrammeerd en de beoordeling van de reclame op basis van de voedingskundige criteria in de RvV en de Schijf van Vijf.

Tabel 5.5 Pre-roll en mid-roll advertenties voor en tijdens YouTube video's (2023)

Merk	YouTuber	RvV	Sv5
Jumbo	Gamemeneer (2), Gewoon Thomas (2), Gio (1), Royalistiq (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
RedBull	Stefan de Vries 95 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Thuisbezorgd.nl	Stefan de Vries 95 (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Tingly Ted's sauce	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Totaal	9 posts voor 4 merken		

Figuur 5.4 Voorbeeld van een pre-roll advertenties op YouTube



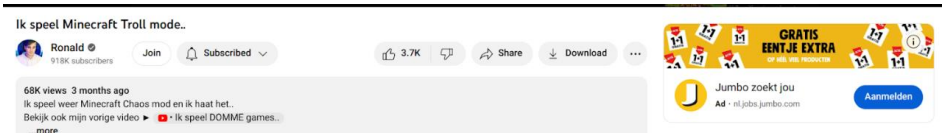
Banner reclames tijdens de vlog

Naast de reclames via video-advertenties, waren er ook banners voor het merk Jumbo in beeld rondom 7 video's.

Tabel 5.6 Reclame in banners over of naast YouTube video's (2023)

Merk	YouTuber	RvV	Sv5
Jumbo	Gamemeneer (2), Gewoon Thomas (2), Gio (1), Ronald (1), Royalistiq (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Totaal	7		

Figuur 5.5 Voorbeelden van banners in beeld tijdens de YouTube video's



Merk zichtbaar, maar waarschijnlijk niet gesponsord

In 727 video's (79% van de video's met voedingsmerken en 30% van het totaal aantal bekeken video's) was een product en/of merk in beeld, maar was daarbij niet aangegeven dat het om sponsoring zou gaan. Het zijn producten die de YouTubers in beeld zelf gebruiken of die tijdens video-opnamen op de achtergrond te zien zijn. Daarbij worden vaak ook producten bij elkaar getoond van concurrerende merken/producenten. In de meeste gevallen zal het ook niet om betaalde sponsoring gaan. Er kan echter niet worden uitgesloten dat het in enkele gevallen alsnog om een vorm van reclame gaat, bijvoorbeeld omdat de getoonde producten gratis zijn aangeboden (oftewel sponsoring in natura).

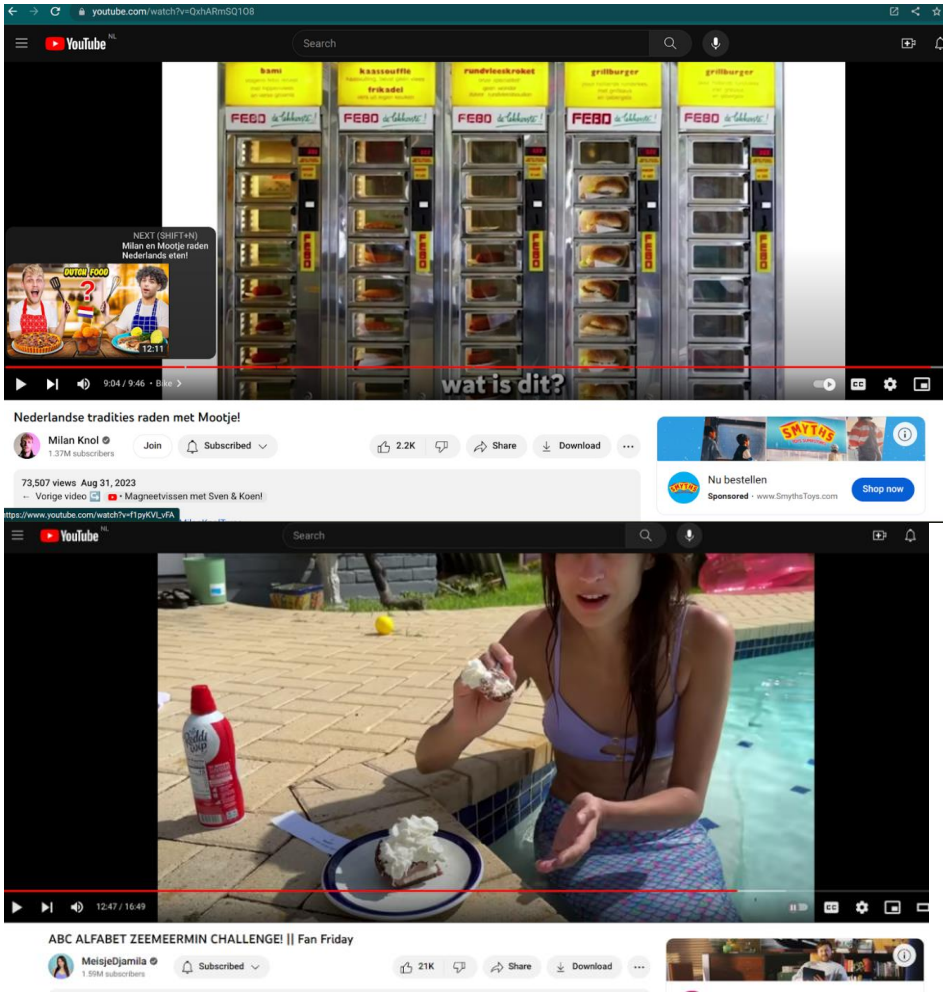
Onder de video's met niet-gesponsorde voedingsmiddelen bevinden zich ook video's met een groot aantal getoonde merken. Dit is veelal in het kader van 'challenges'. Bijvoorbeeld: 'eet een hele dag alleen maar producten uit rode verpakkingen', of 'eet alleen producten die in de reclame zijn'. In dergelijke video's komen vaak méér dan 10 verschillende merken en producten van verschillende producenten in beeld. Vaak gaat het daarbij om producten van directe concurrenten. Hieruit kan met zekerheid worden opgemaakt dat er geen sprake is van sponsoring.

De meeste van de getoonde producten voldoen niet aan de voedingskundige criteria in de RvV en staan ook niet in de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum. Aangezien het waarschijnlijk niet om betaalde promotie gaat en het publiek van de video's niet bekend is, zijn de voedingskundige criteria hier waarschijnlijk niet van toepassing. Een klein deel van de getoonde producten voldoet zowel aan de voedingskundige criteria in de RvV en aan de Schijf van Vijf. Daarnaast waren er ook producten die wel aan de voedingskundige criteria van de RvV voldoen, maar staan niet in de Schijf van Vijf.

Vanwege het grote aantal merken, en de daarmee samenhangende omvang van de tabel met beoordeling, is ervoor gekozen om het volledige overzicht van getoonde producten in bijlage 5 op te nemen. In deze bijlage zijn verschillende tabellen opgesteld op basis van in hoeverre de producten aan de voedingskundige criteria in de RvV en/of de Schijf van Vijf voldoen.

In een van de video's kwam een coffeeshop in beeld. Deze is niet opgenomen in de monitor, omdat het niet valt binnen de scope van de RvV. Toch willen we benoemen dat dit ook voorkomt.

Figuur 5.6 Voorbeelden van merken in beeld, vermoedelijk niet gesponsord



6

6 Instagram

In dit hoofdstuk bekijken wij een reeks aan populaire Nederlandse Instagrammers, met veel volgers. Zij hebben namelijk een rol als influencer, waar bedrijven graag gebruik van maken om hun producten te promoten.

Van de drie sociale media in deze monitor (YouTube, Instagram, TikTok) lijkt Instagram de minst populaire onder kinderen tot en met 12 jaar. Het platform is populairder onder oudere doelgroepen. Van de 6-8-jarigen gebruikt 23% Instagram, van de 9-11-jarigen 34%, daarna loopt het op tot boven de 50%.[45]

Wijzigingen in methode

Ten opzichte van vorig jaar hebben we twee wijzigingen doorgevoerd bij het inventariseren van Instagram:

- Vanaf eind mei 2023 hebben we aanvullend op de reguliere Instagram-posts ook naar de stories gekeken. Stories zijn berichten (foto's, korte video's) die maximaal 24 uur zichtbaar zijn. Ze worden los van de reguliere posts weergegeven. In de stories zijn meer mogelijkheden voor interactieve elementen, zoals links naar websites of andere accounts. Stories lenen zich daardoor goed voor commerciële (reclame-)doeleinden. We hebben in de periode juni tot en met december 2023 zo veel mogelijk stories van de influencers bekeken.
- Voor de selectie van te volgen influencers hebben we een enquête onder jongeren (13-17) en kinderen (<13) gehouden welke influencers zij op Instagram volgen. De selectie van gevolgde influencers is gebaseerd op beide doelgroepen. Het is niet bekend welk deel van de volgers van de influencers kinderen (<13 jaar) en jongeren (<18 jaar) zijn[46].

Resultaten

- Mede door de wijziging in de gevolgde influencers en het toevoegen van de stories aan de monitor is het aantal posts met voedingsmerken erin toegenomen met bijna 1000 extra vermeldingen ten opzichte van de vorige editie van de monitor. Het aantal verschillende merken is hierdoor ook vertienvoudigd ten opzichte van vorig jaar.
- De meeste van de in beeld getoonde producten voldoen niet aan de voedingskundige criteria van de RvV en staan ook niet in de Schijf van Vijf. Daarnaast betrof een groot deel van de vermeldingen een horecabedrijf. Daar is veelal geen algemeen oordeel over te vellen, en hangt af van de bestelde producten en/of de samenstelling van het menu.
- In 6% van alle bekeken posts en stories waren één of meer voedingsmerken in beeld. Dit aandeel ligt hoger bij de reguliere posts (11%) dan bij de stories

[45] Nationaal Sociale Media Onderzoek door Newcom (2024)

[46] Doordat we kijken naar zowel influencers die populair zijn onder kinderen tot 13 en jongeren tot 17 is de monitor op dit vlak al voorbereid op de wetgeving die in voorbereiding is waarbij een verbod op kindermarketing tot de leeftijd van 18 jaar gaat.

(5%). Het aantal reguliere posts met een voedingsmerk in beeld is iets lager dan vorig jaar (13%), maar het is geen grote afwijking.
- Het aantal posts waarbij er zeker of vermoedelijk sprake is van sponsoring (met #ad, met het merk getagd, of één merk prominent in beeld) is zowel absoluut als relatief toegenomen (van 5 naar 11%). Het aandeel posts met een merk van de influencer zelf is afgenomen (van 83 naar 19%). Dit komt door de gewijzigde opzet van het onderzoek, met nieuwe influencers en het toevoegen van stories.
- Het valt op dat verschillende influencers vaak wel een merk taggen, maar daarbij niet aangeven in hoeverre er sprake is van een gesponsorde posts. Vaak gaat het om locatietags, waarbij een horecagelegenheid wordt getagd. Het is echter onduidelijk of de influencer daar wellicht enig voordeel van heeft gehad, in de vorm van gratis producten of korting op de rekening.

Hierna lichten we allereerst de context, het beleid en de regels rondom marketing via Instagram toe (paragraaf 6.1). Vervolgens zoomen wij in op de resultaten van de inventarisatie (6.2).

6.1 Context, regels en beleid

De minimale leeftijd om een Instagramaccount aan te maken is 13 jaar. Vanwege deze leeftijdsgrens in de gebruiksvoorwaarden zijn advertenties en gesponsorde berichten van influencers formeel niet gericht op kinderen onder de 13. Evenals van andere sociale media weten we echter dat ook kinderen in de leeftijdsgroep 7 tot 13 jaar oud accounts aanmaken. Zij vermelden dan een hogere leeftijd. Gezien de mogelijke invloed op kinderen, bekijken we in deze monitor de voedingsmiddelen en merken die via de influencers op Instagram bij kinderen op het scherm (kunnen) komen.

Reclamecode Social Media & Influencer Marketing

Sinds 2019 is er een onderdeel aan de NRC toegevoegd over influencers en sociale media. In de Reclamecode Social Media & Influencer Marketing (RSM) 2019[47] is vastgelegd dat influencers duidelijk moeten aangeven als er sprake is van een gesponsord product of dienst in hun uiting. De meest herkenbare wijze om dit te doen is om het label ‘Betaald partnerschap met [sponsornaam]’ aan de post toe te voegen. Dit is een optie die Instagram biedt om gesponsorde posts duidelijk te maken. Deze werkwijze is echter niet verplicht in de RSM. Influencers kunnen er ook voor kiezen om sponsoring in de beschrijving aan te geven door het gebruiken van een ‘hashtag’, bijvoorbeeld #ad, #sp of #partner. Deze moet zichtbaar dan zijn zonder dat er op een knop zoals “meer weergeven” moet worden geklikt.

6.2 Resultaten inventarisatie Instagram

Dit jaar zijn er 55 influencers op Instagram gevolgd. Er is hierbij gekeken naar de berichten die de influencers hebben geplaatst en hun stories. Deze laatste categorie is nieuw dit jaar. De stories zijn zo veel mogelijk dagelijks gemonitord, maar mogelijk hebben we een deel gemist.

[47] https://www.reclamecode.nl/nrc/reclamecode-social-media-rsm/

Voor deze analyse hanteren we dezelfde categorieën als in 2021 en 2022, namelijk:

- Berichten waarbij de samenwerking met een merk wordt aangegeven met een label bij de post en/of een hashtag zoals #sp, #partner, #sponsor of #ad.
- Berichten waarbij de samenwerking met een merk wordt aangegeven door het merk te taggen en/of uitdrukkelijk te benoemen in het onderschrift.
- Berichten waarin producten/merken prominent worden getoond, maar waarbij er verder geen verwijzing in de beschrijving staat en het niet duidelijk is of ze wel of niet gesponsord zijn.
- Berichten die zeer waarschijnlijk niet gesponsord zijn ondanks de zichtbare voedingsmerken.
- Berichten waarbij er een verregaande samenwerking is tussen de influencer en het merk, die verder gaat dan incidentele sponsoring. Dit wil zeggen: de influencer heeft een belang in het bedrijf of is werkzaam voor de sponsor.

In totaal zijn er 4.804 berichten bekeken. In 527 van deze berichten waren één of meer voedingsmerken prominent te zien (tabel 6.1). Dit is bijna 11% van alle bekeken berichten en betekent een absolute toename ten opzicht van vorig jaar, maar een relatieve afname. Aanvullend bekeken we 20.214 stories. Daarin was 955 keer sprake van het weergeven van voedingsmerken. In totaal waren er dus 1.482 berichten met voedingsmerken.

Van de 1.482 berichten met voedingsmerken was er bij 161 berichten duidelijk aangegeven dat het om gesponsorde producten ging. Een deel van de influencers doet dit door een door Instagram voorzien label te plaatsen of door hashtags bij het bericht te plaatsen die aangeven dat hun bericht een advertentie is, zoals #partner, #ad en #sp. Dit was het geval bij 161 berichten (bij 5,5% van de berichten met voedingsmerken, 0,7% van alle berichten). Niet alle influencers zijn even duidelijk in het herkenbaar maken van een gesponsord bericht. Sommigen vermelden het merk met een hashtag in de omschrijving, een ‘tag’ (een actieve link naar de sociale mediapagina van het merk) of een uitdrukkelijke vermelding van het merk in de omschrijving. Het is zeer aannemelijk dat meerdere van deze 356 berichten wel gesponsord zijn (24,0%) van alle berichten met voedingsmerken en 7,4% van alle bekeken berichten).

Er zijn ook influencers die een merk in beeld brengen zonder daarover enige verwijzing in de tekst op te nemen. Van een deel van dergelijke posts is het alsnog mogelijk dat het gaat om een gesponsorde post, of kan dit niet worden uitgesloten. Dit concluderen wij bij 334 posts op basis van: (1) het feit dat andere weergaven van het merk wel waren gesponsord, omdat iemand vaker het merk prominent aandacht geeft in een post en/of wanneer de post als een reclame kan worden geïnterpreteerd.

We beschouwen 291 posts met voedingsmerken niet als reclame, omdat een merk alleen op de achtergrond te zien was, er verschillende (ongerelateerde) merken naast elkaar worden getoond of er duidelijk werd aangegeven dat het niet was gesponsord (c.q. dat alleen een ander merk in de post was gesponsord).

Tabel 6.1 Overzicht van posts op Instagram met voedingsmerken: 2021, 2022 en 2023

Instagram	Abs. 2021	Abs. 2022	Abs. 2023	Aandeel 2021	Aandeel 2022	Aandeel 2023
Aantal accounts gevolgd	54	54	55[48]			
Aantal posts bekeken	4 128	3 821	4 804			
Aantal stories bekeken (juni-dec)			20.214			
Aantal posts met voedingsmerk(en) in beeld	265	496	527	6%	13%	11%
Aantal stories met voedingsmerken in beeld (vanaf 28 mei)			955			5%
Totaal posts/stories met voedingsmerken in beeld			**1.482**			**6%**
Waarvan[49]						
• *Met #ad, #sp of vergelijkbaar*	23	26	161	9%	5%	11%
• *Met sponsor getagd*	17	13	356	7%	3%	24%
• *Merk duidelijk in beeld, zonder vermeldingen*	5	10	334	2%	2%	23%
• *Merk in beeld, vermoedelijk geen sponsor*	72	37	291	27%	8%	20%
• *Influencer heeft zakelijke relatie met sponsor**	152	412	429	57%	83%	29%
Aantal verschillende merken	**65**	**52**	**569**			

Ten opzichte van de afgelopen drie jaren zien wij de volgende ontwikkelingen:

- Er is een toename van het aantal (reguliere) posts met voedingsmerken. Dit is eigenlijk in elke categorie zichtbaar, behalve bij de categorie 'influencer heeft een zakelijke relatie met sponsor', waarbij het aantal posts met voedingsmerken vrij constant is.
- Het aantal unieke voedingsmerken dat in beeld kwam in 2023 (569) is fors meer dan in 2022 (52).

Hieronder gaan we nader in op de verschillende soorten berichten in 2023 met voedingsmerken.

Vermelding van #ad, #sp, etc.

In 2023 waren 161 berichten van de door ons gevolgde Instagramaccounts voorzien van een weergave van gesponsorde content (tabel 6.2), dit is veel meer dan vorig jaar (26). Het valt op dat niet alle influencers dit op de juiste manier doen. Soms ontbreekt de hashtag en staat het woord 'partner' of 'ad' tussen haakjes of met een ster aangeduid. Instagram biedt een optie om gesponsorde content aan te geven door middel van een duidelijk label, maar dit wordt niet vaak toegepast.

[48] Waarvan één gevolgde influencer het hele jaar geen nieuwe posts had geplaatst, dus effectief 54

[49] De percentages van de vijf typen posts met voedingsmerken tellen niet op tot 100% omdat er in sommige posts meer dan 1 type weergave kan voorkomen (bijvoorbeeld een post met een product van de influencer in beeld en tevens een ander merk dat niet sponsort).

Tabel 6.2 Overzicht van posts op Instagram met duidelijk weergegeven betaalde samenwerking

Merk	Influencer	Reguliere posts	Stories	Totaal	RvV	Sv5
Albert Heijn (algemeen)	Thooootje	1		1	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Bakker Bart	Jillruby		1	1	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Bang Energy	Glenfontein	7	1	8	Ja	Nee
Beachclub Far Out (horeca)	Glenfontein		1	1	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Blueband	Meesterjesper	1		1	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Cabau Lifestyle	jadeanna	4	12	16	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Celavita (verse patat friet)	Dylanheagens	1		1	Ja	Ja
Chiquita	nielsschlimback	1	1	2	Ja	Ja
Coca-Cola	Bram.Krikke	10	5	15	Nee, doelgroep onb.[50]	Nee
	stefandevries	5	3	8		
Domino's Pizza	Ties	1	2	3	Nee, doelgroep onb.	Nee
Douwe Egberts	Emmakeuven	1	1	2	Ja	Ja
DubbelFrisss	Ties	1	3	4	Nee, doelgroep onb[51].	Nee
	Uberquin	3		3		
Factor (horeca)	Jillruby		1	1	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Fanta	stefandevries	2	5	7	Nee, doelgroep onb.[52]	Nee
First Energy Gum	jadeanna		1	1	Ja	Nee
Flink	Ninaschotpoort	3		3	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Focus Drink	Milanknol	1	2	3	Ja	Nee
Green Chef	Beautygloss	2	2	4	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Hard Rock Cafe	officialsaarx		1	1	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
HelloFresh	Dee	1		1	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
	Emmakeuven	1	1	2		
	Kajstypetjes	1		1		
	Maritbrugman	2		2		
	Monicageuze		4	4		
Holie	Thooootje	1		1	Ja	Ja
KitKat	Milanknol		1	1	Nee, doelgroep onb.	Nee

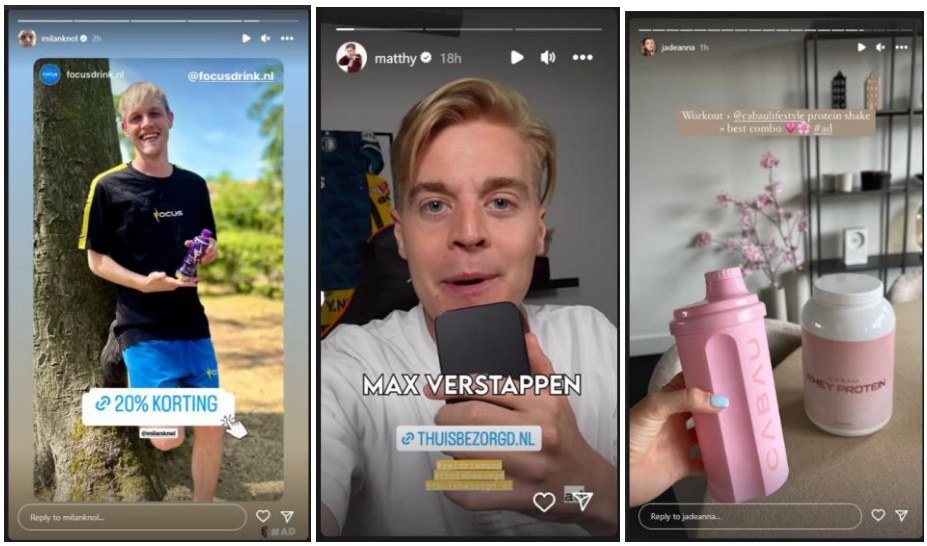
[50] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)
[51] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)
[52] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Knorr	Kwebbelkop	1		1	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Lay's	Mertabimert	2	2	4	Ja	Nee
Lipton (ice tea)	jadeanna	4	1	5	Nee, doelgroep onb.	Nee
Magnum	Monicageuze	2		2	Nee, doelgroep onb.	Nee
	stefandevries	2	1	3		
	Thooootje		1	1		
McDonald's	Annanooshin	1		1	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
	Kalvijn	1		1		
	Monicageuze	1		1		
	Queenofjetlags	1		1		
	stefandevries	1		1		
Mentos	sterrekoning	1		1	Nee, doelgroep onb.	Nee
Milka	Meesterjesper	1	1	2	Nee, doelgroep onb.	Nee
Mora	stefandevries		1	1	Nee, doelgroep onb.	Nee
Prime	Mertabimert		1	1	Ja	Nee
Red Bull	Matthy		1	1	Nee, doelgroep onb.	Nee
Snickers	stefandevries	4	1	5	Nee, doelgroep onb.	Nee
Sportlife	Glenfontein		1	1	Nee, doelgroep onb.	Nee
t Zusje (horeca)	Bassmit		1	1	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Thuisbezorgd	Matthy		2	2	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Twix	Meesterjesper	1		1	Nee, doelgroep onb.	Nee
waterdrop	Queenofjetlags		1	1	ja	Nee
Heineken 0.0	Kalvijn	1	2	3	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Maxverstappen1	1		1	Nee, doelgroep onb.	Nee
Heineken	Bram.Krikke	2	1	3	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Giel	2	3	5	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Jeremyfrieser		2	2	Nee, doelgroep onb.	Nee
	stefandevries	3	1	4	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Thooootje	1	2	3	Nee, doelgroep onb.	Nee
Martini (<0,5%)	Annanooshin	2		2	Nee, doelgroep onb.	Nee
My Dear Beer	Jillruby		1	1	Nee, doelgroep onb.	Nee
Williams Cocktails	Jillruby		1	1	Nee, doelgroep onb.	Nee

In tabel 6.2 staan de merken die werden aangeven als sponsor van de influencers. De meeste geadverteerde producten voldoen niet aan de voedingskundige criteria van de RvV en staan ook niet in de Schijf van Vijf. In een aantal gevallen hangt het af van de samenstelling van de maaltijd of van de bestelde producten, bijvoorbeeld in het geval van een reclame voor de Thuisbezorgt (zie hieronder figuur 6.1). Omdat de doelgroep

echter niet bekend is, kan geen nader oordeel worden gegeven over in hoeverre deze advertenties in overeenstemming zijn met de Reclamecode.

Figuur 6.1 Voorbeelden van gesponsorde posts met duidelijke vermelding van betaalde samenwerking



Vermelding van merk in een 'tag' of nadrukkelijk in de tekst genoemd

In 356 berichten en stories wordt een voedingsmerk 'getagd' in de beschrijving of in een foto. Dit kan ook gebeuren in de vorm van een hashtag, of door het merk nadrukkelijk te noemen in de tekst. In sommige gevallen is kan er op basis daarvan worden geconcludeerd dat het waarschijnlijk gaat om een betaalde samenwerking. In andere gevallen is dit minder duidelijk, bijvoorbeeld omdat het gaat om een 'locatietag', waarbij een influencer een restaurant als locatie van de foto aangeeft.

In de onderstaande tabel staan alle merken waar influencers (mogelijk) door gesponsord zijn, maar die alleen worden genoemd in een tag, een hashtag of nadrukkelijk in de tekst. NB: het gaat in veel gevallen om horeca waar de influencer eet, drinkt of iets haalt om elders te eten/drinken (bijvoorbeeld koffie of gebak). Onduidelijk is in hoeverre er sprake is van gekregen producten. Daarom zijn bedrijven/merken die slechts door 1 of 2 influencers zijn bezocht samengevat op één regel. Grotere ketens (zoals McDonald's en Starbucks) die veelvuldig door meerdere influencers worden bezocht zijn wel apart weergegeven. Een deel van de geadverteerde producten voldoet niet aan de voedingskundige criteria van de RvV en staat ook niet in de Schijf van Vijf. Bij een ander deel van de geadverteerde producten is het afhankelijk van de maaltijd of het product of het aan deze criteria voldoet. Omdat de doelgroep echter niet bekend is, kan geen nader oordeel worden gegeven over in hoeverre deze advertenties in overeenstemming met de Reclamecode zijn.

Tabel 6.3 Overzicht van posts op Instagram waarin een (vermoedelijke) sponsor alleen is getagd

Merk	Influencer	Reguliere posts	Stories	Totaal	RvV	Sv5
Verschillende horecagelegenheden, koffiezaken en bakkers	29 influencers	24	176	**300**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Bacardi	Ninahouston	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Ben & Jerry's	Mertabimert		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Onnedi		1	**1**		
Bernardus	Thooootje		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
BitesWeLove (noten met chocolade)	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Brouwerij Florijn	Meesterjesper		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Cabau Lifestyle	jadeanna		10	**10**	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Chatobi (wijnhandel)	jessehoefnagels		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Monicageuze		1	**1**		
Cheetos	Kwebbelkop	3		**3**	Ja	Nee
Clean Nutrition	Royalistiq		1	**1**	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
	Uberquin		1	**1**		
	jadeanna		2	**2**		
Coca-Cola	Bram.Krikke	1		**1**	Nee, doelgroep onb.[53]	Nee
	rhodeekok		1	**1**		
	stefandevries		1	**1**		
Delfts Brouwhuis	Meesterjesper		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Desperados	officialsaarx		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Diego Morra	Maritbrugman		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	jadeanna		1	**1**		
DubbelFrisss	Ties		1	**1**	Nee, doelgroep onb.[54]	Nee
	Uberquin	1	1	**2**		
Erewhon (retail)	Annanooshin		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Fanta	Enzoknol		1	**1**	Nee, doelgroep onb.[55]	Nee
	stefandevries	1		**1**		
Feastables	Jeremyfrieser	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Filipinos	Uberquin	1	2	**3**	Nee, doelgroep onb.	Nee

[53] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)
[54] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)
[55] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

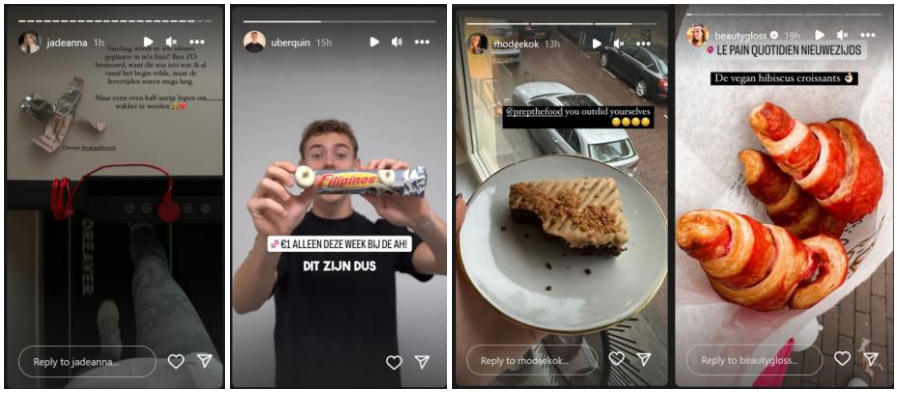
Flink	Kalvijn		2	**2**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Focus Drink	Milanknol	1	8	**9**	Ja	Nee
Fulfil	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Gold Dry	Royalistiq		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	stefandevries		1	**1**		
Grenade	Thooootje		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Grillspecials.nl	Uberquin		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Heineken	Bram.Krikke		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Heineken 0.0	Maxverstappen1	3	1	**4**	Nee, doelgroep onb.	Nee
HelloFresh	Dee		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
	Monicageuze		2	**2**		
HiPRO	jadeanna		1	**1**	Ja	Afh. v. prod.
Holie	Thooootje		3	**3**	Ja	Ja
House of crompouce	Beautygloss		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Ijsbaart	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Ísey Skyr	Annanooshin		1	**1**	Ja	Afh. v. prod.
	jadeanna		2	**2**		
Jägermeister	Royalistiq	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Kanarie Shot	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
KFC	Meesterjesper	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Koopman (slager)	Thooootje		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Lipton (ice tea)	jadeanna		5	**5**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Lotus	Queenofjetlags		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
M&M's	Jeremyfrieser	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Magnum	jadeanna	1	1	**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Jillruby		1	**1**		
	Kajstypetjes		1	**1**		
	Monicageuze		1	**1**		
	Onnedi		1	**1**		
	stefandevries	1	2	**3**		
	Thooootje		1	**1**		
	Bassmit	1		**1**		
Maria Sweet Cakery	Enzoknol	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Onnedi	1		**1**		
Martini (<0,5%)	Annanooshin		4	**4**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Massimo Gelato (ijssalon)	Queenofjetlags		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
McDonald's	Annanooshin		2	**2**	Nee, doelgroep onb.	Afh. v. prod.

	jadeanna	2		**2**		
	Jeremyfrieser	2		**2**		
	Kwebbelkop	1		**1**		
	Meesterjesper		1	**1**		
	Milanknol		1	**1**		
	Nienkeplas		1	**1**		
	Ninaschotpoort		1	**1**		
	Stuktv	1		**1**		
Milka	Jillruby		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Moët	officialsaarx	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Nespresso	Queenofjetlags		1	**1**	Ja	Ja
Nutella	Kwebbelkop	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Oatly	Queenofjetlags		1	**1**	Ja	Nee
Old Amsterdam	Ninaschotpoort		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Ontbijt_si (maaltijdbezorging)	sterrekoning		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Oreo	Kwebbelkop	3		**3**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Picnic	Kalvijn		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Piece of Cake Store	Thomasgrinsven	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Prep The Food	Gio		2	**2**	Nee, doelgroep onb.	Niet beoordeeld
	rhodeekok		1	**1**		
	Royalistiq		1	**1**		
Prime	Annanooshin		1	**1**	Ja	Nee
	Jeremyfrieser	2		**2**		
Red Bull	Annanooshin		1	**1**	Nee, doelgroep onb.[56]	Nee
	Giel	1		**1**		
	jadeanna	1		**1**		
	jessehoefnagels	1	3	**4**		
	Juultjetieleman		1	**1**		
	Matthy	1	2	**3**		
	Maxverstappen1		1	**1**		
	rhodeekok		2	**2**		
Rich Meals	jadeanna		1	**1**	Onbekend	Niet beoordeeld
Roos Market (kersen)	Annanooshin		1	**1**	Ja	Ja
Sir Edmon Gin	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee

[56] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Skittles	dezoetezusjes	1	2	**3**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Spa	officialsaarx		1	**1**	Nee, doelgroep onb.[57]	Afh. v. prod.
Sprite	Kwebbelkop	1		**1**	Nee, doelgroep onb.[58]	Nee
Starbucks	Emmakeuven		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
	jadeanna	1	1	**2**		
	Jeremyfrieser	5	1	**6**		
	nielsschlimback		1	**1**		
	Nienkeplas		1	**1**		
Stëlz	jadeanna		3	**3**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Subway	stefandevries		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
The Candy Corner (snoepwinkel)	Annanooshin		2	**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
The Fitness Candy Company	jadeanna		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Thuisbezorgd	Kalvijn		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Van Dobben	Monicageuze		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Nee
Viper	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Vital Proteins	stefania_		1	**1**	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Weijnschenk	Bassmit		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
XXL nutrition	officialsaarx		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.

Figuur 6.2 Voorbeelden van posts met vermelding van het merk in een tag



[57] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)
[58] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Geen #ad, tag toch prominent

Bij 334 posts en stories kwamen merken duidelijk in beeld, maar stond er niet in de beschrijving dat het zou gaan om een samenwerking met een voedingsmerk. Op basis van de afbeelding en de context konden we bij deze posts niet uitsluiten dat het om reclame gaat.

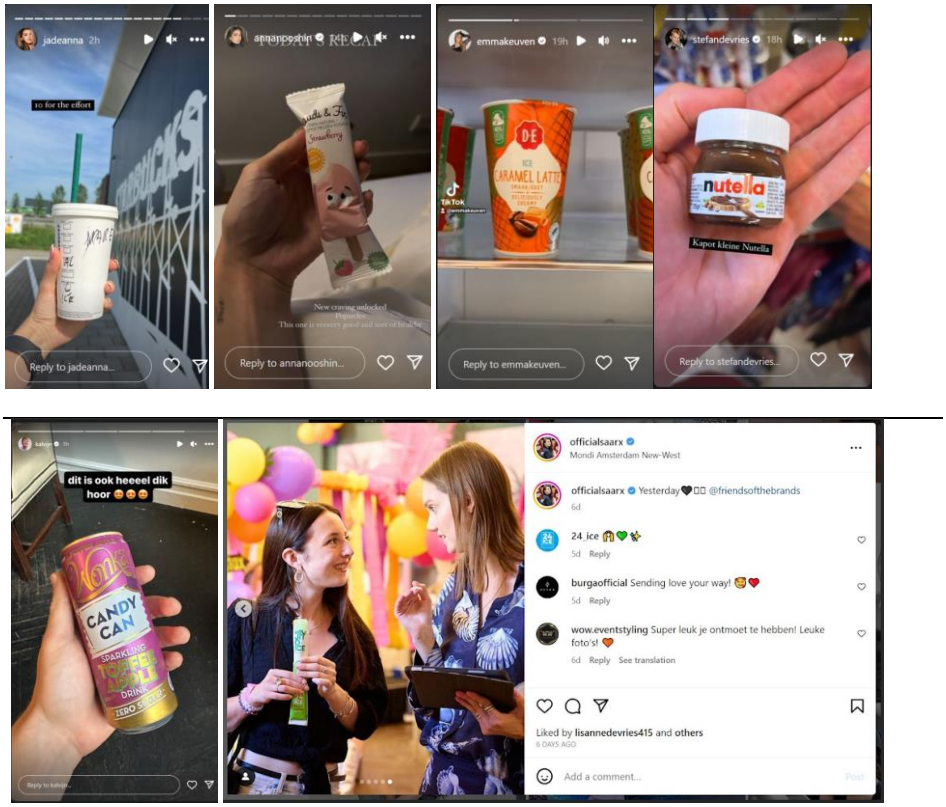
In de onderstaande tabel staan alle merken die in beeld kwamen. NB: het gaat in veel gevallen om horeca waar de influencer eet, drinkt of iets haalt om elders te eten/drinken (bijvoorbeeld koffie of gebak). Onduidelijk is in hoeverre er sprake is van gekregen producten. Daarom zijn bedrijven/merken die slechts door 1 of 2 influencers zijn bezocht samengevat. Grotere ketens (zoals McDonald's en Starbucks) die veelvuldig door meerdere influencers worden bezocht zijn wel apart weergegeven.

Sommige influencers laten opvallend vaak en duidelijk merken in beeld zien, zonder hier een vermelding van te maken.

- Bij JadeAnna gebeurde dit in 43 keer posts en stories. Hierin liet ze een aantal merken ruim aan bod komen. Zo liet ze bijvoorbeeld Joe & The Juice in 9 posts zien, Cafecito in 8 en Starbucks in 6.
- Daarnaast liet ook Jeremy Frieser in 22 posts en stories een merk prominent in beeld komen. Ook hier kwam Starbucks met 9 vermeldingen ruim aan bod.
- Anna Nooshin liet 8 keer in posts en stories het merk McDonald’s prominent in beeld komen
- Bij andere Instagrammers kwamen bepaalde merken niet in zulke grote getalen voor, maar kwam het merk zo prominent in beeld dat het mogelijk om een vorm van reclame gaat.

De volledige tabel met merken en beoordelingen is opgenomen in bijlage 6. Van de 160 merken en productvarianten die in beeld kwamen, voldoen er slechts 33 vrijwel zeker aan de voedingskundige criteria in de RvV. Getoetst aan de Schijf van Vijf zijn dit 11 van de 160 merken/productvarianten. De meerderheid van de getoonde merken/producten voldoet niet aan de voedingskundige criteria van de RvV (87) en/of staat niet in de Schijf van Vijf (103). Omdat de doelgroep echter niet bekend is en het onduidelijk is of het reclame betreft, kan geen nader oordeel worden gegeven over in hoeverre deze advertenties in overeenstemming met de Reclamecode zijn. Voor de overige merken is geen duidelijk oordeel te vellen ten aanzien van de voedingskundige criteria en/of de Schijf van Vijf. Het gaat daarbij veelal om horeca.

Figuur 6.3 Voorbeelden van posts met merken duidelijk in beeld, maar niet opgenomen in de beschrijving

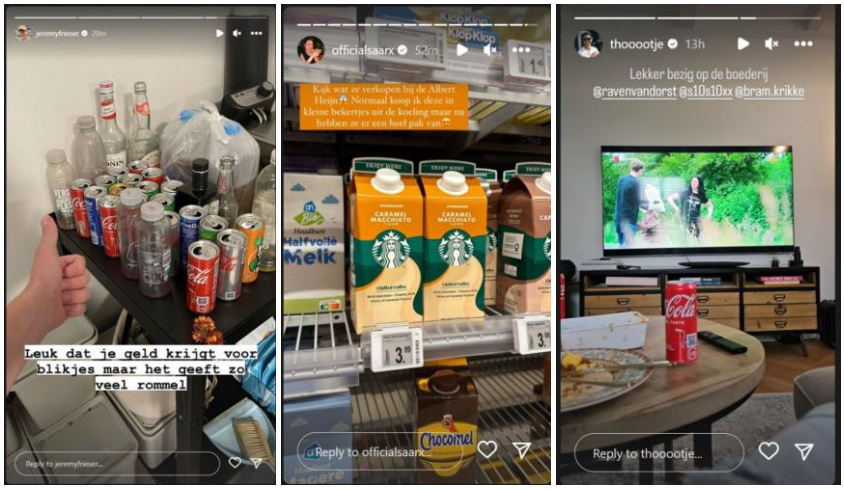


Merk in beeld, vermoedelijk geen sponsoring

In 2023 zagen we 291 berichten en stories met zichtbare voedingsmerken waarbij het zeer aannemelijk was dat er geen sprake was van gesponsorde producten. Het ging hier om foto's waarop de producten wel in beeld waren, maar in sommige gevallen waren de merknamen niet helemaal zichtbaar, maar wel duidelijk herkenbaar. In andere gevallen was het uit de context duidelijk dat de merken toevallig in beeld kwamen.

In bijlage 6 is het complete overzicht opgenomen van alle merken die in beeld kwamen en vermoedelijk geen sponsoring zijn. Het gaat in totaal om 247 merken en productvarianten. Van deze voedingsproducten stonden er 20 in de Schijf van Vijf, bij 63 was het afhankelijk van het product en 160 stonden niet in de Schijf van Vijf. Kijkend naar de RvV, voldeden 42 producten aan de voedingskundige criteria, bij 38 producten was dit afhankelijk van het product en de portiegrootte en 124 producten voldoen waarschijnlijk niet aan de voedingskundige criteria. Dus, de meeste geadverteerde producten voldoen niet aan de voedingskundige criteria van de RvV en staan ook niet in de Schijf van Vijf. Omdat de doelgroep echter niet bekend is en het onduidelijk is of het reclame betreft, kan geen nader oordeel worden gegeven over in hoeverre deze advertenties in overeenstemming met de Reclamecode zijn. Er verschenen ook soms producten in beeld die (nog) niet in Nederland verkrijgbaar zijn.

Figuur 6.4 Voorbeelden van posts met voedingsmerken in beeld, die waarschijnlijk niet gesponsord zijn



Posts met merken waarmee de influencer een zakelijke relatie heeft

Ten slotte hebben ook in 2023 gekeken naar weergaven van merken waarbij er sprake is van een structurele samenwerking tussen de influencer en het merk. Specifiek gaat het bij de door ons gevolgde influencers om:

- **Kalvijn met Charlie's Organics:** Kalvijn bracht in 2022 een nieuw caloriearm bio-drankje op basis van bruiswater en biologisch fruit op de markt: Charlie's Organics. Hij promootte dit drankje actief op Instagram.
- **Don en Royalistiq met Focus Drink:** De twee YouTubers Don en Royalistiq zijn aandeelhouders van het energiedrankmerk Focus Drink. In hun uitingen op sociale media besteden zij geregeld aandacht aan hun product. Dit doen zij zowel op YouTube als op Instagram.
- **Max Verstappen met Red Bull:** De eerste Nederlandse wereldkampioen Formule 1 rijdt in dienst van het team van Red Bull Racing. Op zijn auto, brandwerende overall en teamkleding staat het merk Red Bull veelvuldig afgebeeld. Dit is dan ook geregeld goed te zien in zijn posts op Instagram.
- **Monica Geuze met Stëlz:** model en presentatrice Monica Geuze is sinds april 2021 aandeelhouder van het merk Stëlz. Stëlz is een hard seltzer, een licht alcoholische drank bestaande uit bruiswater, neutrale alcohol en aroma's, meestal van fruit. Eerder was zij al het gezicht van Stëlz (zo ook te zien in de monitor kindermarketing van 2020).
- **Bas Smit met Brasserie van Dam en ChouChou**: Zakenman en Instagrammer Bas Smit participeert in 19 bedrijven. In ruil voor aandelen maken hij en zijn vrouw promotie voor de bedrijven. Een van de bedrijven is van zijn vrouw Nicolette van Dam, Brasserie van Dam, deze komt veelvuldig op zijn Instagram naar voren. Een ander merk wat veel naar voren komt is het wijnmerk ChouChou.
- **Kaj's Gorgels (Kaj's Typetjes) met the Noodle Poodle**: Presentator, Youtuber en Instagrammer Kaj Gorgels heeft The Noodle Poodle maaltijd ontwikkeld, deze komt geregeld terug in zijn Insta posts.
- **Bram Krikke met Krikkies**: Radio-dj en socialmediapersoonlijkheid (actief op Youtube en Instagram) Bram Krikke heeft in 2022 zijn eigen chipsmerk Krikkies gelanceerd. Deze komen geregeld terug in zijn posts op Instagram.

- **Thomas van der Vlugt (Thooootje) met First Energy Gum**: Programmamaker en presentator Thomas van der Vlugt is partner en mede-eigenaar bij First Energy Gum sinds 2023. Hij promoot het merk op Instagram.

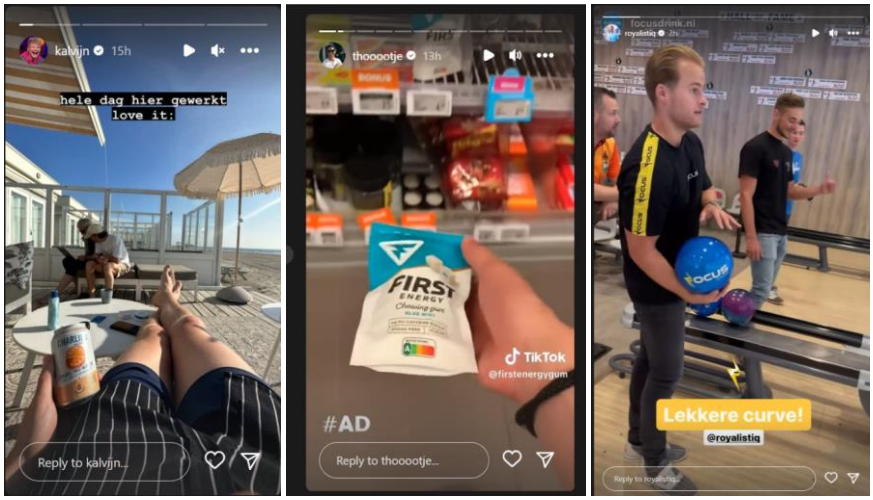
Weinig gevolgde influencers geven een duidelijke vermelding van betaalde samenwerking aan bij posts waarin merken zichtbaar zijn waardoor zij worden gesponsord. Zij maken geen gebruik van de in Instagram beschikbare optie om een post een label te geven. Soms wordt een tag toegevoegd richting het account van het merk, maar meestal worden de posts geplaatst zonder verdere vermelding. Max Verstappen plaatst ook vaak posts zonder verdere vermelding of hij tagt alleen het merk of zijn team Red Bull Racing. Alleen Kaj Gorgels (@Kajstypetjes) geeft in ongeveer de helft van zijn posts met The Noodle Poodle aan dat het een #ad. Daarnaast geeft Thomas van er Vlugt (@Thooootje) dit in 16 posts aan, maar daar staan 109 posts tegenover waar dit niet is aangegeven, maar alleen een tag (55x) of helemaal niets (54x).

In de onderstaande tabel 6.4 tonen wij een overzicht van de aantallen posts van de genoemde influencers en merken. Hierbij hebben wij de betrokken merken beoordeeld op basis van de voedingskundige criteria in de RvV en of zij in de Schijf van Vijf staan. Aangezien de (samenstelling) van de doelgroep van de posts op Instagram onbekend is, kan er geen duidelijk oordeel worden geveld over in hoeverre de meeste merken aan de RvV lijken te voldoen. Wel is duidelijk dat geen van de producten in de Schijf van Vijf staat.

Tabel 6.4 Overzicht van posts waarbij het de influencer een zakelijke relatie heeft met het merk

Merk	Influencer	Reguliere posts	Stories	Totaal	RvV	Sv5
Brasserie Van Dam (horeca)	Bassmit		15	**15**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Charlie's Organics	Kalvijn	14	19	**33**	Ja	Nee
First Energy Gum	Thooootje	37	88	**125**	Ja	Nee
Focus Drink	Royalistiq	4	11	**15**	Ja	Nee
Krikkies	Bram.Krikke		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Red Bull	Maxverstappen1	125	45	**170**	Nee, doelgroep onb.	Nee
The Noodle Poodle	Kajstypetjes		17	**17**	Ja	Nee
ChouChou	Bassmit	10	35	**45**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Stëlz	Monicageuze	1	9	**10**	Nee, doelgroep onb.	Nee

Figuur 6.5 Voorbeelden van posts waarbij het de influencer een zakelijke relatie heeft met het merk



7

7 TikTok

TikTok is een zeer populair sociaal medium onder jongeren, inclusief kinderen jonger dan 13 jaar. Dit jaar hebben we voor de derde maal een uitgebreide inventarisatie gedaan van voedingsreclame via het sociale media platform TikTok. Via TikTok kunnen gebruikers korte video's van zichzelf opnemen, bewerken en verspreiden. In de praktijk gaat het veelal om video's waarin de gebruikers dansjes doen, muziek of film/seriefragmenten playbacken of gaat het om korte vlogs. Ook zijn er voortdurend nieuwe trends waarbij de gebruikers een bepaalde overgang tussen beelden op de juiste wijze moeten monteren voor een verrassend effect.

Resultaten
De belangrijkste resultaten van de inventarisatie van TikTok zijn de volgende:

- Het aantal posts met voedingsmerken in beeld is toegenomen met 63 posts (1 procent punt) ten opzichte van vorig jaar.
- Deze stijging zit vooral in de categorie waarbij een voedingsmerk duidelijk in beeld wordt gebracht zonder vermeldingen.
- Wederom vallen de meeste voedingsproducten niet binnen de Schijf van 5 en lijken ze ook niet aan de voedingskundige criteria van de RvV te voldoen.
- Het aantal unieke voedingsmerken dat in beeld kwam, is met 90% (130 voedingsmerken) gestegen ten opzichte van vorig jaar.

Hierna lichten we allereerst de context, het beleid en de regels rondom marketing via TikTok toe (paragraaf 7.1). Vervolgens zoomen wij in op de resultaten van de inventarisatie (7.2).

7.1 Context, regels en beleid

De afgelopen jaren heeft TikTok een grote vlucht genomen. Uit het Nationaal Sociale Media Onderzoek blijkt dat tussen 2020 en 2023 het aantal Nederlandse gebruikers groeide van 1,1 tot ruim 4,8 miljoen[59]. Daarvan zijn circa 415 duizend kinderen jonger tot en met 11 jaar oud.[60] De minimale leeftijd voor het aanmaken van een account op TikTok is 13 jaar. Kinderen jonger dan 13 kunnen op drie mogelijke manieren toch op TikTok actief zijn:

- De kinderen jonger dan 13 hebben een account aangemaakt waarin zij een hogere leeftijd hebben opgegeven. Op deze wijze kunnen zij zowel posts van anderen bekijken als posts plaatsen.

[59] Bron: Newcom (2023) Nationale Social Media Onderzoek 2023. Amsterdam & Enschede: Newcom Research & Consultancy B.V.

[60] Dit is gemeten via de ouders. Bron: Newcom (2023) Nationale Social Media Onderzoek 2023. Amsterdam & Enschede: Newcom Research & Consultancy B.V.

- De kinderen jonger dan 13 gebruiken TikTok via het account van een ander, bijvoorbeeld: een ouder, een oudere broer of zus of iemand anders ouder dan 13. Op deze wijze kunnen zij zowel posts van anderen bekijken als posts plaatsen.
- De kinderen jonger dan 13 gebruiken de webversie van TikTok (www.tiktok.com). Deze is vrij toegankelijk zonder een account aan te maken. Zonder een account kan de gebruiker alleen naar posts van anderen kijken, maar niet zelf iets posten.

In deze monitor gaan wij uit van de vrij toegankelijke vorm van TikTok, namelijk via de website. Via deze vorm plaatst TikTok zelf geen reclames tussen de posts van de content creators. Daarom kijken wij alleen naar de (mogelijke) reclames die in de posts van populaire Nederlandse TikTokers te zien zijn.

7.2 Resultaten inventarisatie TikTok

Voor de inventarisatie van de voedingsreclame via TikTok in 2023 hebben we een lijst gemaakt van 33 Nederlandse TikTok accounts met veel volgers. Voor zo ver wij konden nagaan zijn dit de populairste Nederlandse TikTokers[61]. Een overzicht van deze accounts is opgenomen in bijlage 3.

Van de geselecteerde accounts hebben wij alle posts van 2023 bekeken. Dit waren in totaal 3.783 korte video's. Daarbij liep het aantal posts per TikToker sterk uiteen van 0 in heel 2023 (Dutchtuber) tot meer dan 400 (Jadeanna).

Op TikTok komt hetzelfde beeld naar voren als op andere sociale media: in de posts zijn geregeld verschillende voedingsmerken te zien. We maken onderscheid tussen vijf soorten posts:

- Duidelijke vermelding van sponsoring via #ad, #partner, #sponsor of soortgelijk.
- Vermelding van de sponsor door het taggen van het account van de sponsor (maar zonder het vermelden van #ad of andere indicaties van sponsoring.
- Merken worden duidelijk in beeld gebracht, zonder erbij te vermelden dat het gesponsord is.
- Merken komen in beeld, waarbij er vermoedelijk geen sprake is van sponsoring.
- Posts waarin merken van influencers zelf voorkomen.

Daarnaast zagen wij in enkele posts andere fenomenen, namelijk:

- Reactievideo's waarin de content creator beelden van een andere creator met voedingsmerken toont en daarop reageert, bijvoorbeeld reacties op 'lifehacks' (handigheden die het leven zogenaamd gemakkelijker maken, door een blikje frisdrank te gebruiken om haren mee te laten krullen) of het controleren van informatie uit posts van andere content creators.

In totaal werden in 296 van de 3.783 bekeken posts vermeldingen of afbeeldingen van voedingsmerken gevonden (7,8%). Dit is hoger dan het aandeel posts met

[61] Er is geen volledig overzicht van de Nederlandse accounts met de meeste volgers. Daarom hebben we een lijst van 26 accounts aangemaakt op basis van lijstjes van populaire (geverifieerde) accounts op websites over lifestyle en/of media, onder andere: https://wownieuws.nl/top-10-tiktok-accounts-met-de-meeste-volgers-in-nederland/; https://tjitze.nl/wie-heeft-de-meeste-volgers-op-tiktok/; https://socialaf.nl/bekende-nederlandse-TikTokers-dit-zijn-ze/.

voedingsmerken in de studie van vorig jaar (6,8%) en 2021 (7,3). In totaal ging het om 205 verschillende merken die in de posts te zien waren. In de tabel hieronder is een samenvatting weergegeven van de inventarisatie van TikTok.

Tabel 7.1 Overzicht van posts op TikTok met voedingsmerken: 2021, 2022 en 2023

	2021		2022		2023	
Aantal accounts gevolgd		**26**		**29**		**33**
Aantal posts bekeken		**3.173**		**3.424**		**3.783**
Aantal posts met voedingsmerk(en) in beeld	**7,3%**	**231**	**6,8%**	**233**	**7,8%**	**296**
Waarvan:						
▪ *Met #ad, #partner of vergelijkbaar*	*36,8%*	*85*	*30,9%*	*72*	10,8%	32
▪ *Met sponsor getagd*	*20,8%*	*48*	*10,7%*	*25*	11,8%	35
▪ *Product van influencer zelf*[62]			*0,4%*	*1*	4,7%	14
▪ *Merk duidelijk in beeld, zonder vermeldingen*	*10,8%*	*25*	*10,3%*	*24*	38,5%	114
▪ *Merk in beeld, vermoedelijk geen sponsor*	*24,2%*	*56*	*45,5%*	*106*	37,2%	110
▪ *Reactievideo's met merk(en) in beeld*	*7,4%*	*17*	*2,2%*	*5*	4,7%	14
Aantal verschillende merken[63]		**286**		**140**		**205**

Dit jaar waren was ruim een vijfde van de posts met voedingsmerken (ogenschijnlijk) gesponsord door de fabrikant (22%). Daarbij kijken wij naar de twee categorieën 'met #ad, #partner of vergelijkbaar' en 'met sponsor getagd'. Dat was zowel absoluut als relatief minder dan in voorgaande jaren. Daarnaast is er nog de categorie van duidelijke promotie, namelijk van merken van influencers zelf. Dit zijn posts waarin influencers hun eigen producten tonen, vaak zonder duidelijke vermelding van reclame. Dit jaar was dit veertien keer voorgekomen (5%).

Bij de overige weergaven van merken was het niet duidelijk of er wel of niet sprake was van sponsoring door het getoonde product. In 39% van de gevallen ging het om posts waarin bepaalde merken duidelijk in beeld kwamen. Daarbij ging het telkens om één merk dat in de post werd uitgelicht. In de meeste gevallen gaan wij ervan uit dat het geen sponsoring betrof, maar in een aantal gevallen was er grond voor twijfels, bijvoorbeeld omdat het ging om een positieve recensie van een product of horecagelegenheid. Daarnaast waren er posts waarin wel voedingsmerkenmerken werden getoond, maar waarbij wij ervan uitgaan dat het niet om een vorm van betaalde promotie gaat (37%). Dit komt omdat er veelal meerdere producten van verschillende merken werden getoond. Daarbij ging het in een aantal gevallen om producten van concurrerende merken. Daarnaast zijn er de reactievideo's (5%). Dergelijke reactievideo's worden niet direct door de getoonde merken gesponsord.

[62] In eerdere jaren niet als een aparte categorie meegenomen.

[63] Verschillende varianten van één merk zijn bij elkaar genomen. Zo tellen Albert Heijn pizzabodems, chips, kappertjes en tortillachips als één merk: Albert Heijn huismerk. Merken kunnen in verschillende categorieën voorkomen, daarom tellen de categorieën niet op tot 100%.

Aangezien de gebruikers van TikTok 13 jaar of ouder moeten zijn, kunnen reclame-uitingen niet worden beoordeeld als 'gericht op kinderen'. Desondanks brengen wij toch alle vormen van (mogelijke) voedingsreclame in beeld, omdat wij wel weten dat veel berichten op TikTok ook een jonger publiek bereiken. Hierna lichten wij de resultaten van de inventarisatie nader toe per categorie post.

Vermelding van #ad, sponsor of #partner

De categorie van posts met voedingsmerken gaat om de groep posts met een duidelijke weergave van het feit dat het gesponsord is. Volgens de Reclamecode Social Media & Influencer Marketing (RSM) 2019 moeten gesponsorde posts worden voorzien van een duidelijke aanduiding, zoals #ad, #adv, #spon, #collab, partner(ship) en/of een duidelijke uitleg dat de post in samenwerking is met de adverteerder. De trend die we vorig jaar zagen, waarbij minder gebruikelijke hashtags zichtbaar waren, zoals #spons, #ditisbetaalderecl@ame en #reclamuh zagen wij dit jaar minder terug. Wel waren niet alle reclame-aanduidingen van een 'hashtag' (#) voorzien, soms was er alleen 'Ad' bij gezet.

In de onderstaande tabel 7.2 is weergegeven welke merken op TikTok adverteerden, waarbij er duidelijk werd aangegeven dat het om een gesponsorde post ging.

Tabel 7.2 Posts met vermelding van #ad, sponsor of #partner

Merk	Posts	Account(s)	RvV	Sv5
Bang Energy	2	GlenFontein	Ja/ nee, doelgroep onb.[64]	Nee
Blue Band	1	Meester Jesper	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Bubblicious	1	Rhodé Kok	Nee, doelgroep onb.	Nee
Cabau	5	jadeanna	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Calvé (100% pindakaas)	1	Meester Jesper	Ja	Ja
Domino's	1	bokado	Nee, doelgroep onb.	Nee
Douwe Egberts (ijskoffie)	1	emmakeuven	Nee, doelgroep onb.	Nee
Dr. Oetker	1	Bankzitters	Nee, doelgroep onb.	Nee
Filipinos	1	NadirdeArabier	Nee, doelgroep onb.	Nee
Hello Fresh	3	Monicageuze	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Knor	1	Kwebbelkop	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Machi Machi	1	Djamilaly	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
M&M's	1	sherellmartini	Nee, doelgroep onb.	Nee
Mora	2	Bankzitters	Nee, doelgroep onb.	Nee
	1	Stefandevries		
New York Pizza	1	Rhodé Kok	Afh. v. prod. en	Afh. v. prod.

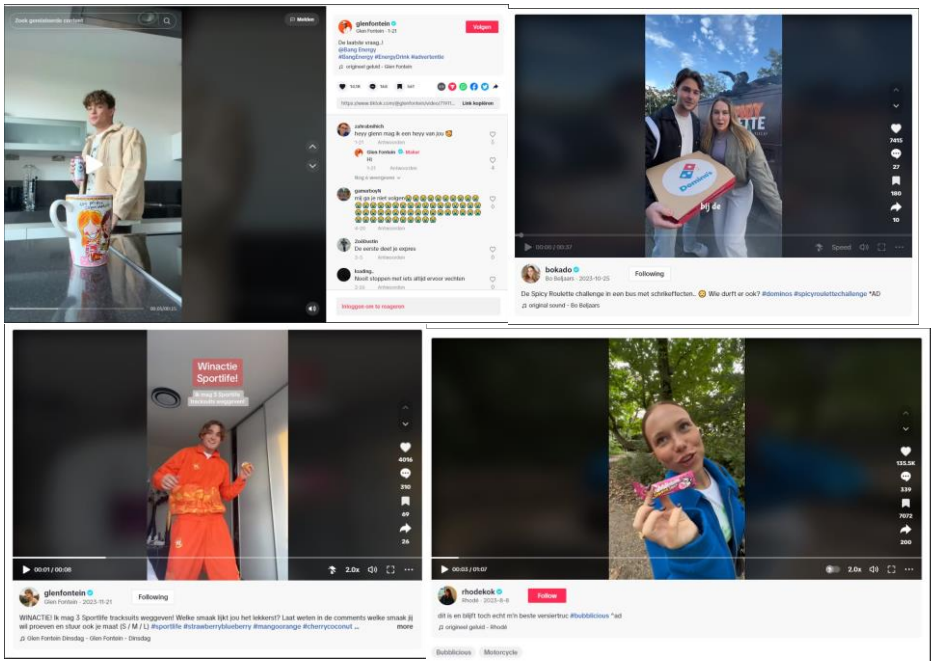
[64] Inhoudelijk voldoet Bang Energy wel aan de voedingskundige criteria in de RvV. Bij verkooppunten wordt echter aangegeven dat het product alleen bestemd is voor 18 jaar en ouder.

	1	Stefandevries	portiegrootte	
Oatly	1	NadirdeArabier	Ja	Nee
Ola (Magnum)	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee
Prime	1	jeremyfrieser	Nee, doelgroep onb.	Nee
Raak	2	Meester Jesper	Ja	Nee
Red Band	1	Meester Jesper	Nee, doelgroep onb.	Nee
Snackles (pluche speelgoed in de vorm van Mentos,Kellogg's froot loops, Tabasco, Push Pop, Hershey's)	1	Djamilaly	Uitgebeelde producten: nee, doelgr. Onb.	Uitgebeelde producten: nee
Sportlife	2	GlenFontein	Nee, doelgroep onb.	Nee

De meeste van de 22 verschillende merken in de gesponsorde posts voldoen niet aan de voedingskundige criteria in de RvV, noch staan ze in de Schijf van Vijf. Omdat niet bekend is welk aandeel van de doelgroep jonger is dan 13 jaar, kan geen uitspraak worden gedaan of de uitingen in overeenstemming zijn met de RvV.

In tegenstelling tot voorgaande jaren is Bang energy niet meer oververtegenwoordigd onder de gesponsorde posts. Dit jaar zijn de gesponsorde posts gelijkmatig verdeeld over de verschillende merken. Alleen Cabau, gepost door Jadeanna komt net wat vaker naar voren dan de andere merken. In onderstaande figuur staan een aantal voorbeelden van posts met een duidelijk vermelding van de sponsor.

Figuur 7.1 Voorbeelden van posts met vermelding van #ad, #sponsor of #partner



Vermelding van de sponsor via een 'tag'

Niet alle gesponsorde posts waren voorzien van de hastag #ad (of vergelijkbaar). In 27 (ogenschijnlijk) gesponsorde video's wordt alleen de sponsor genoemd in de beschrijving, door het bedrijfsaccount van de sponsor te taggen en/of te vermelden via een hashtag met de merknaam. Indien het gaat om gesponsorde posts is dit in strijd met de Reclamecode voor Social Media & Influencermarketing, die voorschrijft dat influencers een gesponsorde post altijd duidelijk moeten maken middels een duidelijke vermelding. Het enkel vermelden van een tag of hashtag van het bedrijf maakt het moeilijk om de gesponsorde content te onderscheiden van de niet-gesponsorde content.

In de onderstaande tabel is weergegeven welke merken op TikTok werden weergegeven waarbij er niet duidelijk werd aangegeven dat het om een gesponsorde post ging. In alle gevallen was het account van de adverteerder wel getagd, maar was er niet expliciet bij gezet dat het om sponsoring ging. In de meeste van de onderstaande gevallen ging het zeer waarschijnlijk wel om een gesponsorde post en was de producent niet alleen op eigen initiatief van de content creator getagd. Dit is vastgesteld door te kijken naar de aandacht die de merken zelf gaven aan de influencer. Zo is op de website van Focus Drink te lezen over de samenwerking met Milan Knol. Op één na lijkt geen van de producten te voldoen aan de voedingskundige criteria in de RvV. De exacte doelgroep van de posts is echter onbekend.

Tabel 7.3 Posts met merken getagd, zonder vermelding van #ad, sponsor of #partner

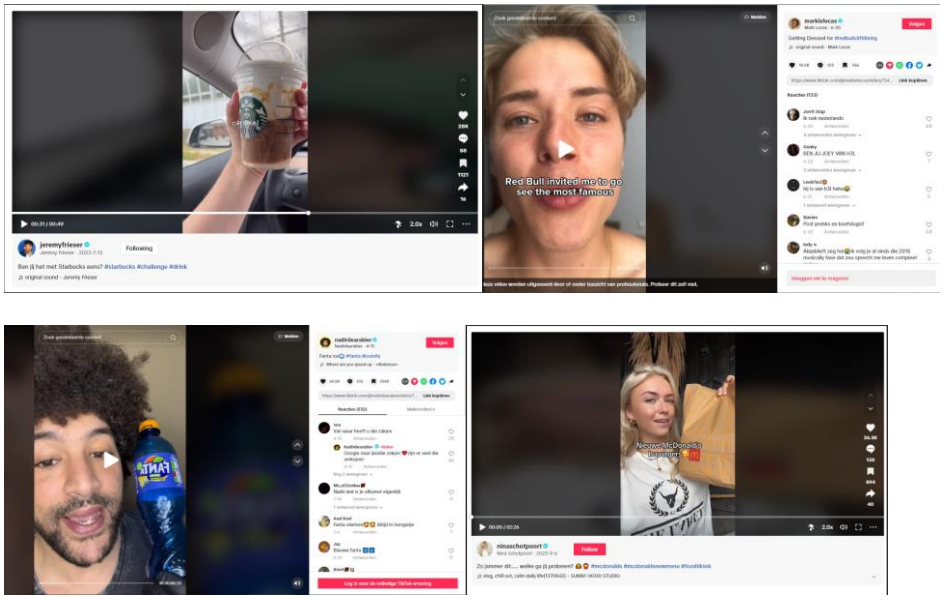
Merk	Posts	Account(s)	RvV	Sv5
Cabau	1	jadeanna	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Domino's	1	Milanknoller	Nee, doelgroep onb.	Nee
Fanta	1	NadirdeArabier	Nee, doelgroep onb.[65]	Nee
FC Kip (pop-up horeca)	1	NinaHouston_	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Febo	1	Bankzitters	Nee, doelgroep onb.	Nee
Five Guys	1	Kwebbelkop	Nee, doelgroep onb.	Afh. v. prod.
Focus Drink	1	Milanknoller	Ja	Nee
Hong Kong Superstore (prawn crackers, corn bits, rice cakes, puddings)	1	quintenverschure	Nee, doelgroep onb.	Nee
Joe & the Juice	1	NinaHouston_	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Kinder	1	NadirdeArabier	Nee, doelgroep onb.	Nee
Knor	1	Kwebbelkop	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
McDonald's	1	GlenFontein	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.

[65] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

MrBeast Burger	2	jeremyfrieser	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
New York Pizza	1	Rhodé Kok	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Nutella	3	NadirdeArabier	Nee, doelgroep onb.	Nee
Prep the Food (smoothies)	1	Rhodé Kok	Nee, doelgroep onb.	Nee
Prime	2	jeremyfrieser	Nee, doelgroep onb.	Nee
Red Bull	1	Markielucas	Nee, doelgroep onb.	Nee
Starbucks	5	jeremyfrieser	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.

In de onderstaande figuur 7.2 zijn enkele screenshots van de gesponsorde posts weergegeven.

Figuur 7.2 Voorbeelden van posts met merken/merknamen in beeld met verwijzing naar de producent, maar zonder #ad of vergelijkbaar



Merken duidelijk in beeld, sponsoring onzeker

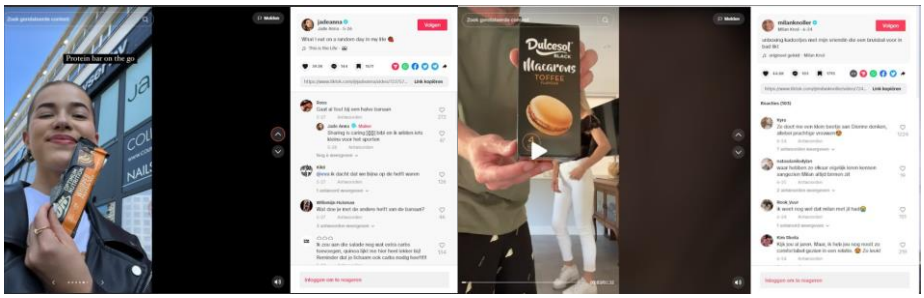
Naast de posts met voedingsmerken die in de beschrijving worden genoemd, zijn er ook geregeld merken in beeld te zien waarvan het minder duidelijk is of het wel of niet om sponsoring gaat. Deels gaat het om merken die hoogstwaarschijnlijk onbewust op de achtergrond in beeld komen (zie 'merk in beeld, vermoedelijk geen sponsoring'), maar ook producten en merken die bewust in beeld worden gebracht en/of met naam worden genoemd. Het is daarbij niet duidelijk of de influencers zelf er voordeel bij hebben dat zij deze merken in hun posts gebruiken.

De posts die wij in deze categorie hebben opgenomen, draaiden alle om één merk of product. Daarmee werd er in deze posts nadrukkelijk aandacht gevestigd op dat ene

product. Het ging daarbij bijvoorbeeld om (overwegend positieve) recensies van fast food restaurant. Uit de post kon niet worden opgemaakt of de influencer de maaltijd zelf had betaald of wellicht (deels) gratis had gekregen. Daarnaast bevat deze categorie ook posts waarin producten duidelijk herkenbaar in beeld werden gebracht of benoemd. In alle gevallen ging het om posts die een neutrale tot positieve indruk van het merk achterlieten. Daarmee bedoelen we dat de merken werden getoond of zelfs actief aangeprezen, zonder dat er een context van reclame werd geschetst. In deze categorie zien wij ook combinaties van merken en influencers die wij ook zagen bij de gesponsorde posts aangegeven met #ad (of vergelijkbaar), zoals Cabau in posts van Jade Anna en Douwe Egberts bij Emma Keuven. Het is onduidelijk of er een vergoeding voor deze specifieke posts is gegeven, of dat de influencer het merk in dit geval op eigen initiatief toonde.

In bijlage 7 zijn de merken weergegeven die in de TikTok posts nadrukkelijk in beeld werden gebracht. In deze categorie kwamen 83 verschillende merken naar voren. Van deze voedingsmerken voldeden 5 producten aan de Schijf van Vijf, bij 22 was dit afhankelijk van het product en 52 producten voldeden niet aan de Schijf van Vijf. Kijkend naar de RvV dan voldeden 11 producten aan de voedingskundige criteria, bij 21 hangt het van het product en de portiegrootte af en 37 lijken niet te voldoen aan de voedingskundige criteria. Het is onduidelijk in hoeverre het om gesponsorde posts. En als het om sponsoring zou gaan, is de samenstelling van de kijkers van de posts onbekend, waardoor er geen toetsing aan de RvV kan plaatsvinden. Enkele voorbeelden van posts uit deze categorie zijn opgenomen in onderstaande figuur 7.3.

Figuur 7.3 Voorbeelden van posts met merken in beeld zonder aanduiding van sponsoring



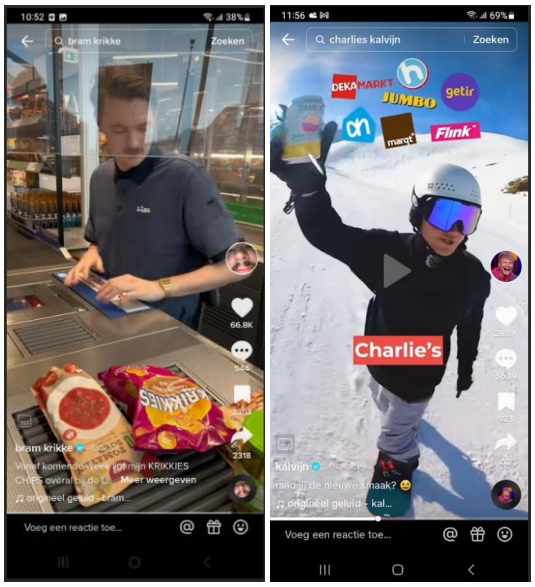
Merk van influencer zelf

Afgelopen jaar hebben bij de door ons gevolgde TikTokers alleen Kalvijn en Bram Krikke posts gemaakt met vermelding van zijn eigen merk (tabel 7.4 en figuur 7.4).

Tabel 7.4 Merk van influencer zelf

Merk	Posts	Account(s)	Voedingskundige criteria RvV	Schijf van Vijf
Charlie's Organics	13	kalvijn	Ja	Nee
Krikkies	1	Bram Krikke	Nee, doelgroep onb.	Nee

Figuur 7.4 Voorbeeld van post met merk van eigen influencer.



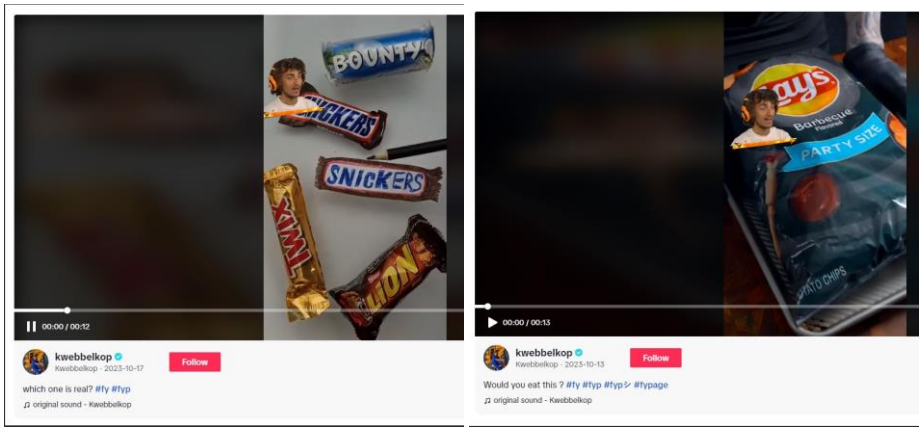
Reactievideo's

In sommige video's zijn merken wel in beeld te zien, maar is uit de context af te leiden dat de betreffende content creator niet door het merk wordt gesponsord. Het gaat daarbij om reactievideo's waarin de TikToker reageert op wat hij in de post van een ander ziet of een video in zijn geheel parodieert. Tiktoker @Kwebbelkop postte 14 van deze reactievideo's in het afgelopen jaar. In figuur 7.5 zijn enkele voorbeelden opgenomen van reactievideo's met daarin merken duidelijk zichtbaar. In de onderstaande tabel 7.5 zijn alle merken uit de reactieposts opgenomen. Daarbij is te zien dat maar vijf van de veertien posts voldoen aan de voedingskundige criteria in de RvV en allemaal niet in de Schijf van Vijf staan.

Tabel 7.5 Posts reactievideo's

Merk	Posts	Account(s)	Voedingskundige criteria RvV	Schijf van Vijf
Bounty		Kwebbelkop	Nee, doelgroep onb.	Nee
Cheetos		Kwebbelkop	Ja	Nee
Coca-Cola		Kwebbelkop	Nee, doelgroep onb.[66]	Nee
Heinz(ketchup)		Kwebbelkop	Ja	Nee
Jif (extra crunchy pindakaas)		Kwebbelkop	Nee, doelgroep onb.	Nee
Kellogg's (special k)		Kwebbelkop	Ja	Nee
Lay's		Kwebbelkop	Ja	Nee
Lucerne (volle melk)		Kwebbelkop	Ja	Nee
McDonald's		Kwebbelkop	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Oreo		Kwebbelkop	Nee, doelgroep onb.	Nee
Oscar Mayer		Kwebbelkop	Nee, doelgroep onb.	Nee
Ozyorem		Kwebbelkop	Nee, doelgroep onb.	Nee
Président (brie)		Kwebbelkop	Nee, doelgroep onb.	Nee

Figuur 7.5 Voorbeeld van posts van reactievideo



Merk in beeld, vermoedelijk geen sponsoring

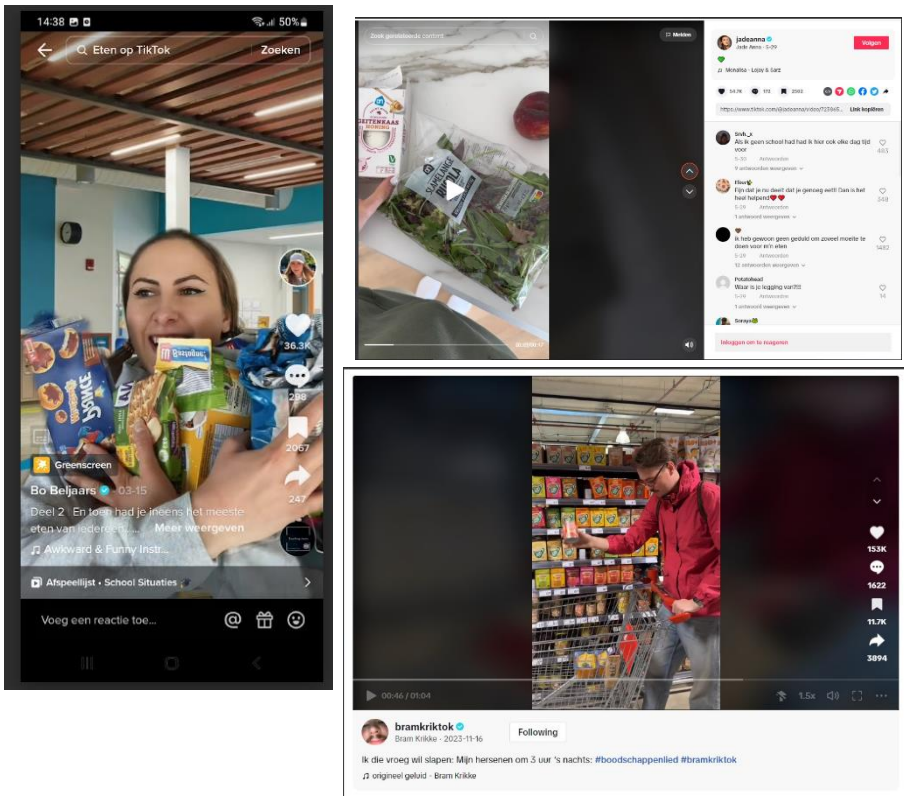
Ten slotte waren er nog gevallen waarbij merken in beeld kwamen, maar waarbij het onwaarschijnlijk is dat het om gesponsorde content gaat. Dit is bijvoorbeeld omdat het merk (op straat) op de achtergrond te zien was of omdat het merk slechts een fractie van een seconde en/of moeilijk herkenbaar in beeld was. In deze categorie scharen we ook de post met verschillende merken van verschillende fabrikanten,

[66] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

bijvoorbeeld in korte kookvideo's of vergelijkingen tussen merken. Omdat er verschillende merken te zien zijn, is het onwaarschijnlijk dat één of meer van die merken ervoor betaald hebben om in beeld te worden gebracht. Doordat er meer producten worden getoond, springt er geen merk meer uit, waardoor een dergelijke vorm van reclame niet effectief zou zijn. Bovendien willen merken doorgaans niet in eenzelfde post worden getoond als een directe concurrent.

Vanwege het grote aantal getoonde merken in deze categorie hebben we het volledige overzicht van merken opgenomen in bijlage 7. In deze bijlage is te zien dat de meeste getoonde producten niet voldoen aan de voedingskundige criteria in de RvV en ook niet in de Schijf van Vijf staan. Als het om voedingsreclame gericht op kinderen zou gaan, zouden de meeste producten waarschijnlijk niet zijn toegestaan op basis van de RvV. In de onderstaande figuur 7.6 zijn enkele voorbeelden van deze posts weergegeven.

Figuur 7.6 Voorbeelden van posts met merken in beeld, waarbij het vermoedelijk niet om sponsoring gaat



8

8 Sportverenigingen, scholen en kinderopvang

Om een beeld te krijgen in welke mate er sprake is van voedingsmarketing voor kinderen in de omgeving waar ze dagelijks of wekelijks komen, hebben we drie enquêtes gehouden. Er zijn enquêtes gestuurd naar sportverenigingen, onderwijsinstellingen en kinderopvangorganisaties. Inhoudelijk waren de vragen in de enquêtes verschillend per doelgroep. Wel bevatten ze allemaal vragen over het aanbieden van (al dan niet gesponsord) eten en drinken binnen de organisatie en het promoten van bepaalde producten. De resultaten van de drie enquêtes staan in dit hoofdstuk beschreven. Gelet op de grote hoeveelheid informatie zijn de resultaten telkens beknopt (in bulletpoints) toegelicht. De vragenlijsten zijn opgenomen in Bijlage 2.

Resultaten enquêtes sportverenigingen, onderwijsinstellingen en kinderopvang

Sportverenigingen

- Sponsoring door voedingsproducenten komt veelvuldig voor bij sportverenigingen. Het gaat daarbij vooral om sponsoring door horeca, fastfood en supermarkten.
- Deze sponsoring is zichtbaar in diverse uitingen, zoals vermelding in de communicatie, op reclameborden of op het tenue. De kans is groot dat de kinderen die lid zijn van een sportvereniging met deze sponsors in aanraking komen.
- De kantine van een sportvereniging is ook een plek waar kinderen in aanraking kunnen komen met ongezond eten.
  Er wordt veelvuldig reclame gemaakt voor alcoholmerken in de kantine en andere ongezonde producten. Al wordt er ook promotie gemaakt voor fruit. Kinderen komen door de sportvereniging ook in aanraking met gezonde voeding. Een deel van de sportverenigingen biedt namelijk een (deels) gezond aanbod van producten aan of geeft voorlichting over gezond voeding.

Onderwijsinstellingen

Veel basisscholen en alle voortgezet en Mbo-scholen bieden eten of drinken of daaraan gerelateerde activiteiten aan op school. Hierbij wordt weinig promotie gemaakt voor de merken achter de producten.

- Veel voortgezet onderwijs en Mbo-scholen hebben een snack- en frisdrankautomaat. Deze zijn vaak met ongezonde producten gevuld, waardoor kinderen hiermee in aanraking kunnen komen.
  Kinderen krijgen de kans om met het Nationaal Schoolontbijt kennis te maken met gezonde producten. Een groot deel van de scholen maakt hier gebruik van, zowel basisonderwijs als voortgezet onderwijs (brugklas) als andere onderwijstypes.

Kinderopvang

- De grote meerderheid van de kinderopvangen biedt eten of drinken of daaraan gerelateerde activiteiten aan. Hierbij wordt weinig promotie gemaakt voor de merken achter deze producten.

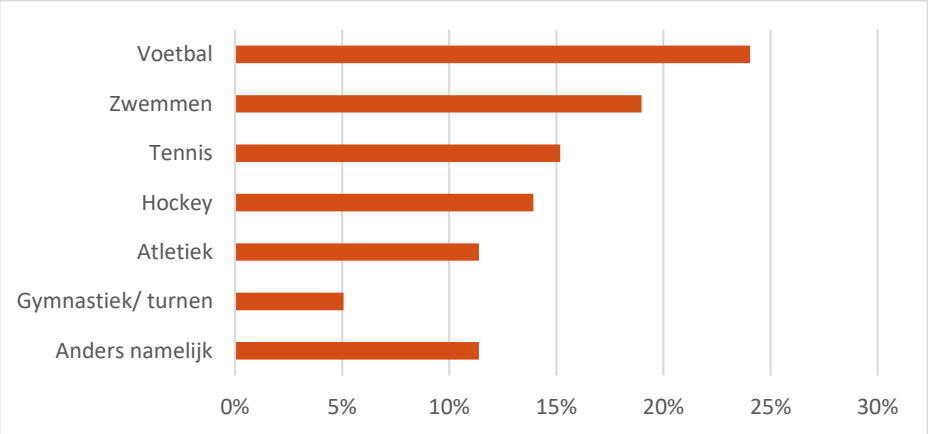
8.1 Sportverenigingen

Methode en respons

De enquête is verstuurd naar 456 sportverenigingen in de zes grootste sportbonden van Nederland (in termen van jeugdleden): voetbal, zwemmen, tennis, hockey, atletiek en turnen. De e-mailadressen zijn verkregen via de websites van individuele sportverenigingen. Tussen 5 en 31 december 2023 hebben 115 mensen de enquête (gedeeltelijk) ingevuld. Hiervan voldeed een deel niet aan de criteria (bijvoorbeeld omdat ze geen leden onder de 13 jaar oud hebben) of heeft (bijna) geen vragen beantwoord. In totaal zijn de antwoorden van 86 respondenten meegenomen. Daarmee zijn de resultaten van de enquête vooral indicatief en niet per definitie volledig representatief voor alle sportverenigingen. Desondanks gaan wij ervan uit dat de antwoorden een interessant beeld geven van een diverse groep aan verenigingen.

- De enquête is 79 keer (92%) compleet ingevuld en 7 keer (8%) gedeeltelijk.
- De respondenten komen verspreid uit het land, alle twaalf provincies zijn vertegenwoordigd.
- Respondenten vertegenwoordigen verschillende type sportverenigingen.
- De grootste groep van de respondenten vertegenwoordigde een voetbalvereniging, gevolgd door tennis en hockey.
- Sporten die onder de categorie anders genoemd zijn, zijn padel, wandelen, Nordic walking en triatlon.

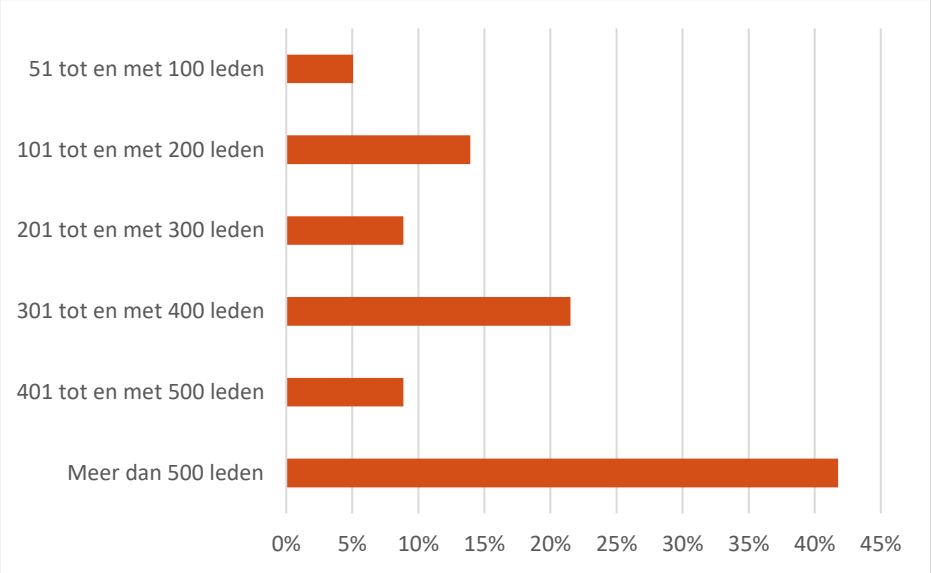
Figuur 8.1 Type sportvereniging in steekproef (N=79)



Bron: Panteia 2024

- Respondenten vertegenwoordigen verschillende groottes van sportverenigingen, variërend van 51 tot 100 tot meer dan 500 leden.
- Geen van de respondenten vertegenwoordigt een sportvereniging met minder dan 51 leden.
- De grootste groep van de respondenten vertegenwoordigt een sportvereniging met meer dan 500 leden.

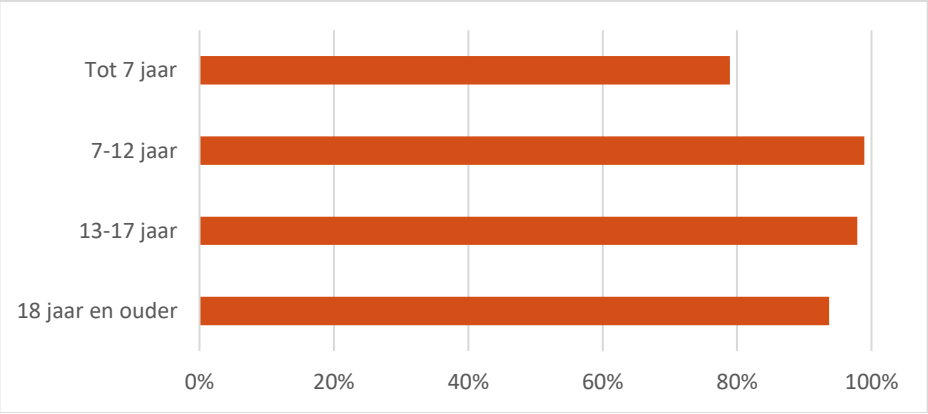
Figuur 8.2 Aantal leden van de vereniging (N=79)



Bron: Panteia 2024

- De respondenten vertegenwoordigen verschillende leeftijdscategorieën, variërend van de jongste groep (tot 7 jaar) tot de oudste groep (18 jaar en ouder).
- Alle respondenten in de steekproef vertegenwoordigen leden tot 7 jaar en/of tot en met 12 jaar.

Figuur 8.3 Leeftijdscategorie van de leden van de sportverenigingen (N=95)



Bron: Panteia 2024

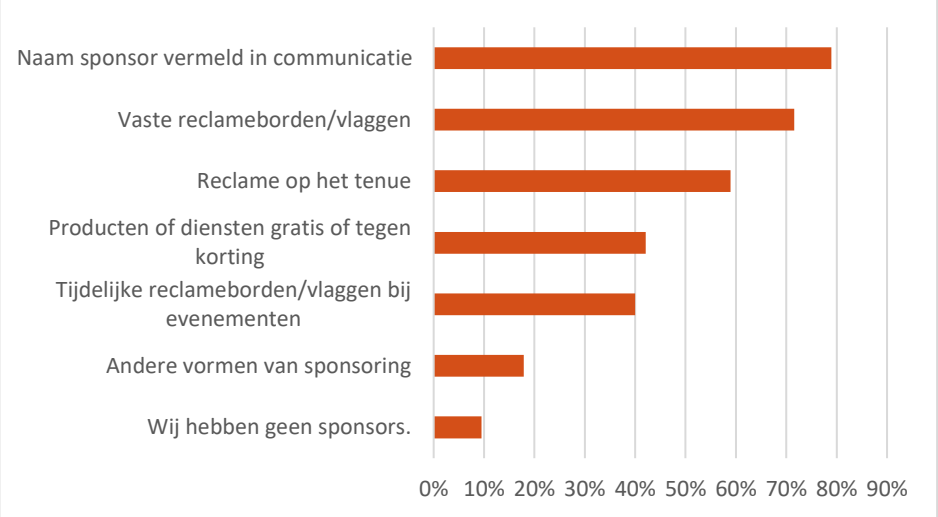
Sponsoring

- De enquête onder sportverenigingen draaide voor een belangrijk deel om het onderwerp sponsoring en daarbij specifiek de vraag in hoeverre de verenigingen worden gesponsord door voedingsproducenten, voedingsretailers en/of horeca-ondernemers.
- De grote meerderheid van de respondenten (ruim 90%) geeft aan enige vorm van sponsoring te hebben.

Vormen van sponsoring

- De meerderheid van de respondenten geeft aan de naam van de sponsor te vermelden in hun communicatie-uitingen, zoals op de website, in de nieuwsbrief of in het programmaboekje (bijna 80%).
- Ruim 70% van de respondenten heeft vaste reclameborden of -vlaggen staan met de namen van de sponsoren. Dit kan zowel rond het veld, in de zaal of op de baan zijn.
- Bijna 60% heeft de naam van één of meerdere sponsoren op het tenue staan.
- Iets meer dan 40% krijgt producten of diensten gratis of tegen korting aangeboden als vorm van sponsoring.
- Een vergelijkbaar aantal heeft tijdelijke reclameborden of -vlaggen bij evenementen staan.
- Tenslotte heeft bijna 20% ook andere vormen van sponsoring. Hieronder valt onder andere het verstrekken van materialen en sponsoring rondom evenementen.
- Er zijn ook sportverenigingen die geen sponsoren hebben, dit is het geval bij bijna 10% van de respondenten.

Figuur 8.4 Type van sponsoring (N=95)



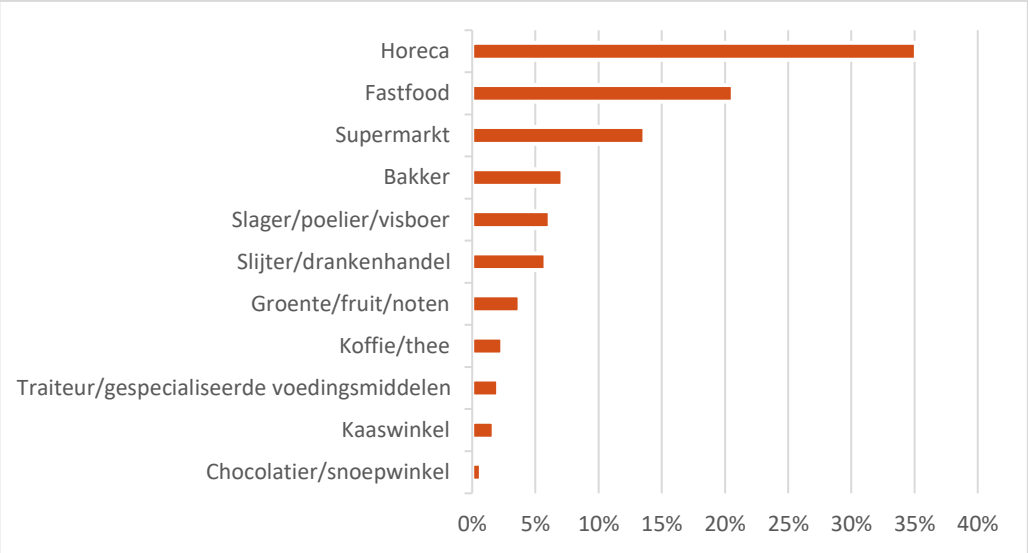
Bron: Panteia 2024

Sponsoring vanuit de voedingsindustrie

- Van de respondenten geeft 71% aan door een of meerdere sponsoren uit de voedingsindustrie gesponsord te worden.

- De voedingsindustrie kan verder uitgesplitst worden naar type onderneming: horeca, fastfood, supermarkt, bakker, slager/poelier/visboer, slijter/drankenhandel, groente/fruit/noten, koffie/thee, traiteur/gespecialiseerde voedingsmiddelen, kaaswinkel en chocolatier/snoepwinkel.
- Ongeveer 35% van de respondenten wordt gesponsord door de horeca, dit betekent dat dit de meeste genoemde sponsor uit de voedingsindustrie is.
- Naast de horeca, zijn de fastfoodindustrie en de supermarkten ook een vaak genoemde sponsor uit de voedingsindustrie.

Figuur 8.5 Type sponsoring voedingsindustrie (N=67)

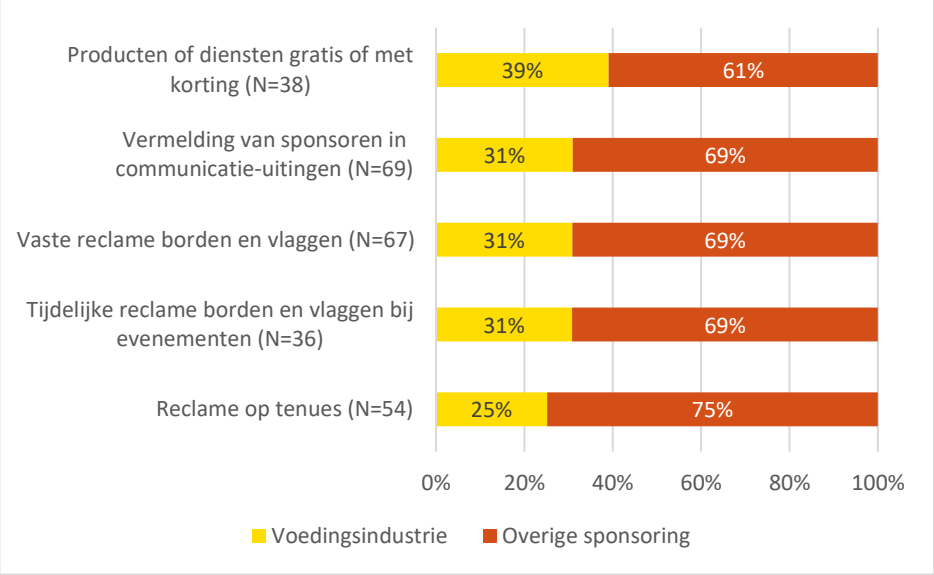


Bron: Panteia 2024

Type sponsoren

- Sportverenigingen die gesponsord worden kunnen dat door meerdere sponsoren tegelijkertijd worden. Deze sponsoren kunnen uit verschillende branches komen. Voor dit rapport zijn de sponsoren ingedeeld in de categorie voedingsindustrie en overige sponsoren, om te kijken of kinderen eventueel in aanraking kunnen komen met promotie van de voedingsindustrie.
- Sportverenigingen kunnen zowel door de voedingsindustrie als overige sponsors gesponsord worden, ook voor hetzelfde onderdeel.
- Voor onderstaande figuur is gekeken hoeveel respondenten aangeven door de voedingsindustrie en door overige sponsoren gesponsord te worden.
- Ter illustratie, van de 38 sportverenigingen die aangeven producten of diensten gratis of met korting te ontvangen komt ongeveer 40% van de sponsoren uit de voedingsindustrie en 60% van overige sponsors.
- Uit onderstaande figuur komt naar voren dat sponsoring van de voedingsindustrie in onze steekproef het meeste voorkomt in de vorm van het aanbieden van diensten of producten met korting of gratis.

Figuur 8.6 Type sponsoren



Bron: Panteia 2024

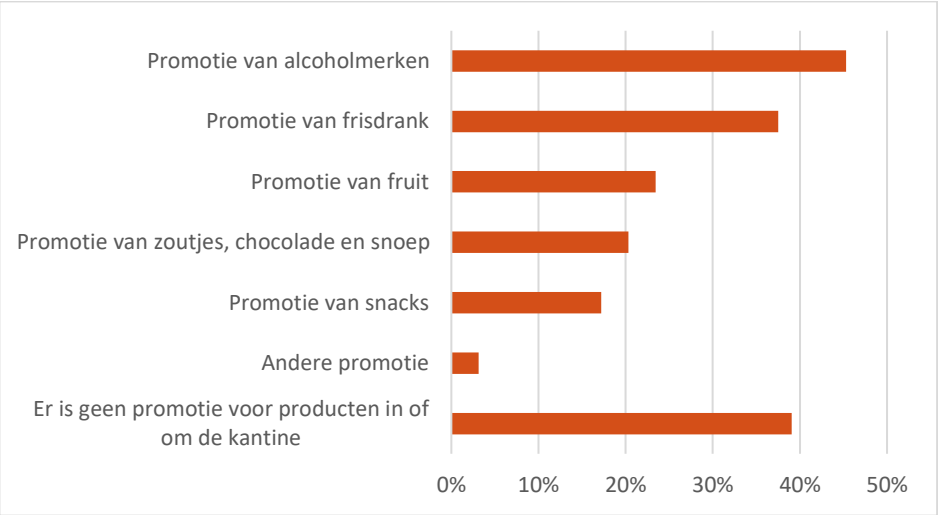
Kantine

Een kantine is een plek waar kinderen bij de sportvereniging makkelijk met eten en drinken in aanraking kunnen komen en bij uitstek een plek waar voedingsmarketing plaats kan vinden. Ook is de kantine een plaats waar kinderen op basis van het aanbod kunnen worden gestimuleerd om gezonde danwel ongezonde keuzes te maken bij het kopen eten en drinken.

Promotie van merken in de kantine

- De grote meerderheid (80%) van de respondenten van de sportverenigingen heeft een kantine waar leden gebruik van kunnen maken.
- Hier wordt ook door een ruime meerderheid (ruim 60%) promotie gemaakt voor voeding.
- De meeste promotie wordt gemaakt voor alcoholmerken (meer dan 45%).
- Ook wordt er vaak promotie gemaakt voor frisdrank (38%); fruit (23%); zoutjes, chocolade en snoep (20%) en snacks (17%).
- Bijna 40% van de respondenten geeft aan geen enkele vorm van promotie voor producten in of om de kantine te maken.

Figuur 8.7 Promotie van producten in de kantine (N=64)

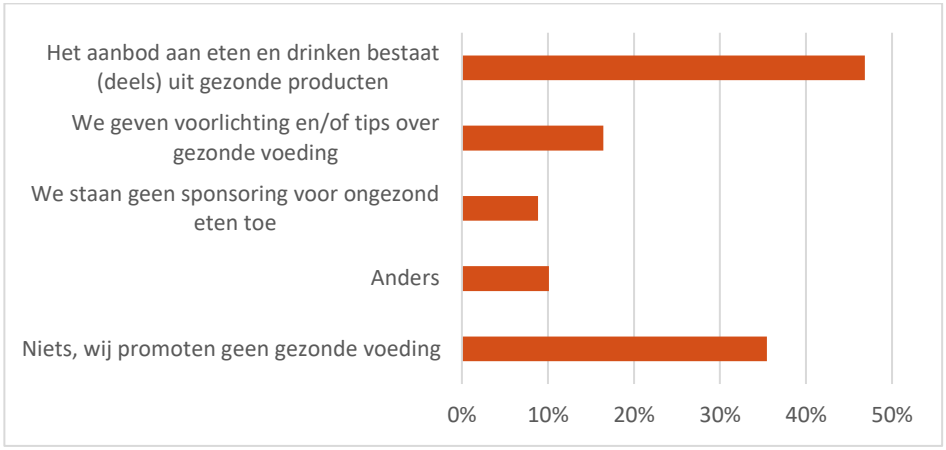


Bron: Panteia 2024

Gezonde voeding

- Gezonde voeding is iets waar een groot deel van de sportverenigingen zich mee bezighoudt, 65% van de respondenten geeft dit aan.
- De belangrijkste manier waarop respondenten dit doen is door een (deels) gezond aanbod van eten of drinken aan te bieden, dit wordt door bijna de helft van de respondenten gedaan.
- Ook wordt er voorlichting gegeven over gezonde voeding.
- Bijna 10% geeft aan bewuste keuzes te maken met betrekking tot sponsoren en geen sponsoring voor ongezond eten toe te staan.
- Andere manieren om bezig te zijn met gezonde voeding zijn het aanbieden van fruit en/of groente rondom de wedstrijd.
- Er is ook een deel van de sportverenigingen dat zich niet bezighoudt met de promotie van gezonde voeding. Ongeveer 35% van de respondenten is hier niet mee bezig.

Figuur 8.8 Promotie van gezond eten (N=79)



Bron: Panteia 2024

8.2 Onderwijs

Context

Met het Akkoord Gezonde Voeding op Scholen (2021-2025) wordt een aanbod van gezonder eten en drinken op scholen gestimuleerd. Doel van dit akkoord is om het voedingsaanbod op scholen te brengen naar minstens niveau 'Zilver', wat betekent dat tenminste 60% van het aanbod voldoet aan de voedingskundige criteria van het Voedingscentrum. Daarnaast moet 50% van de scholen waar deelnemers aan leveren of actief mee samenwerken naar niveau 'Goud' gebracht worden. [67] Dit betekent dat 80% van het voedingsaanbod voldoet aan de voedingskundige criteria.[68] Deelnemers aan het akkoord bestaan uit cateraars, producenten en groothandels en leveranciers van watertappunten. [69]

Methode en respons

De enquête is verstuurd naar 9.104 onderwijsinstellingen. Tussen 2 november en 5 december 2023 hebben 463 respondenten de enquête (gedeeltelijk) ingevuld. Uiteindelijk zijn de antwoorden van 362 respondenten meegenomen, omdat een deel van de respondenten niet aan de criteria voldeed of (bijna) geen vragen beantwoord had. Dat is een responsratio van 4%. Op basis van een steekproef van 362 kunnen redelijk betrouwbare uitspraken worden gedaan over de populatie, namelijk met een foutenmarge van 5% bij een betrouwbaarheidsniveau van 95%[70] . Daarbij geldt wel dat basisscholen oververtegenwoordigd waren in de steekproef. Daarmee zijn de resultaten vooral maatgevend zijn voor het basisonderwijs.

[67] https://jogg.nl/akkoord-gezonde-voeding-op-scholen

[68] https://www.voedingscentrum.nl/Assets/Uploads/voedingscentrum/Documents/Professionals/Pers/Factsheets/Factsheet%20Richtlijnen%20Gezondere%20Kantines.pdf

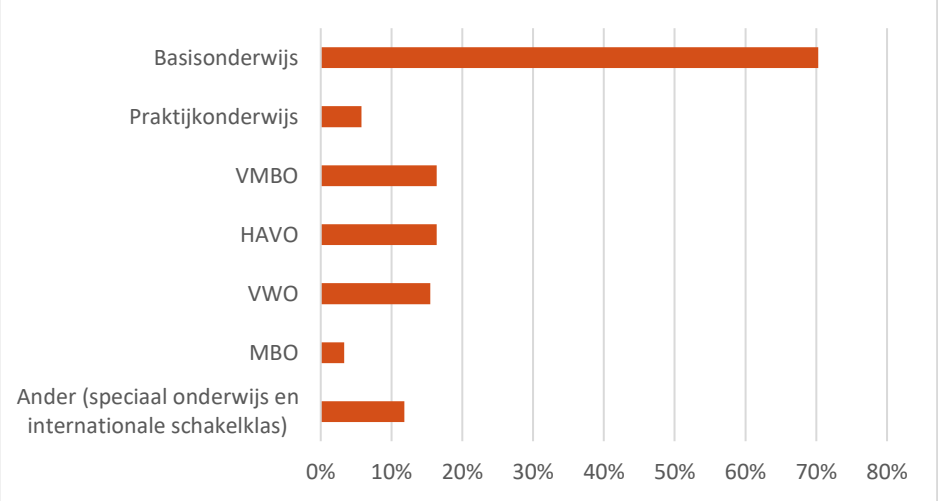
[69] https://jogg.nl/akkoord-gezonde-voeding-op-scholen

[70] Dit wil zeggen: het is met 95% zekerheid te zeggen dat de antwoorden niet meer dan 5% afwijken van de werkelijkheid voor de hele populatie.

Type onderwijs

- De enquête is door 329 respondenten van verschillende onderwijsorganisaties compleet ingevuld. Daarnaast hebben 33 respondenten de enquête gedeeltelijk ingevuld.
- Onderwijsorganisaties kunnen meerdere type onderwijs aanbieden, daarom kunnen respondenten ook meerdere type onderwijs vertegenwoordigen.
- De meerderheid van de respondenten is actief in het basisonderwijs.
- Hieronder staan alle respondenten van de verschillende onderwijstypes aangegeven. Voor de volgende paragrafen worden de categorieën van voortgezet onderwijs en mbo samengevoegd. Daarnaast zijn scholen die zowel basisonderwijs als voortgezet onderwijs aanbieden ingedeeld in de categorie voortgezet onderwijs.

Figuur 8.9 Welk type onderwijs wordt gegeven? (N=330)

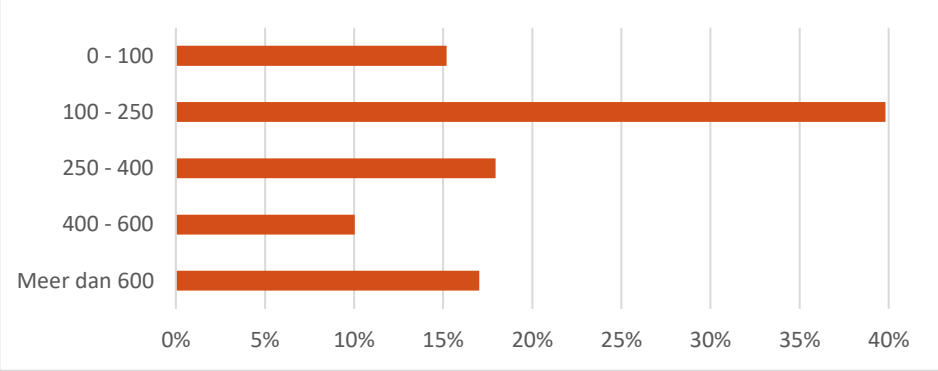


Bron: Panteia 2024

Schoolgrootte

- Zowel grote als kleine onderwijsinstellingen zijn vertegenwoordigd door de respondenten.
- De meerderheid van de respondenten vertegenwoordigt een onderwijsorganisatie tussen de 100 en 250 leerlingen.

Figuur 8.10 Hoeveel leerlingen heeft de onderwijsinstelling? (N=329)



Bron: Panteia 2024

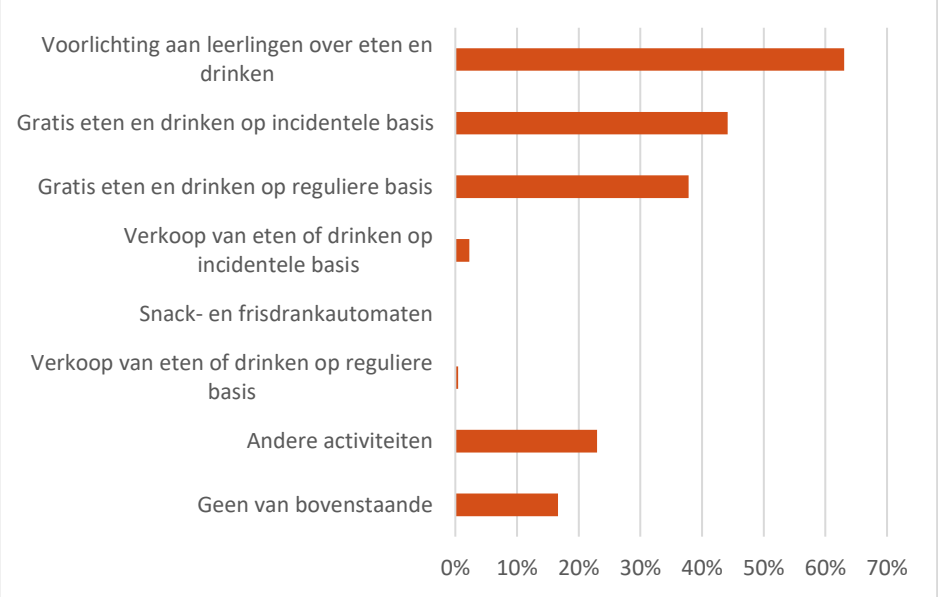
Totaaloverzicht

Respondenten is gevraagd of en op welke manier(en) hun onderwijsinstelling zich bezighoudt met activiteiten rondom eten en drinken. Deze resultaten zijn apart uitgesplitst voor het basisonderwijs en het voortgezet onderwijs en MBO.

Basisonderwijs

- Op veel basisscholen komen de leerlingen op één of andere manier in aanraking met eten en drinken vanuit de onderwijsinstelling.
- De meest genoemde activiteit rondom eten en drinken op de basisschool is het geven van voorlichting over eten en drinken aan leerlingen. Meer dan 60% van de respondenten geeft dit aan.
- Ook het aanbieden van gratis eten en drinken, zowel incidenteel als op reguliere basis gebeurt door een groot deel van de respondenten.
- Sporadisch wordt er eten en drinken verkocht op basisscholen.
- Er zijn geen snack- en frisdrankautomaten op basisscholen.
- Meer dan 20% van de basisscholen houdt zich bezig met andere activiteiten. Deze categorie bevat activiteiten zoals: een gezonde school, fruitdag, kookactiviteiten, drinkwater beleid, verzorgen van lunch op school en ontbijt voor kinderen die dat thuis niet krijgen.
- Ruim 15% biedt geen activiteiten rondom eten of drinken aan kinderen op de basisschool aan.

Figuur 8.11 Wat bieden bassischolen qua eten en drinken op school aan? (N=222)

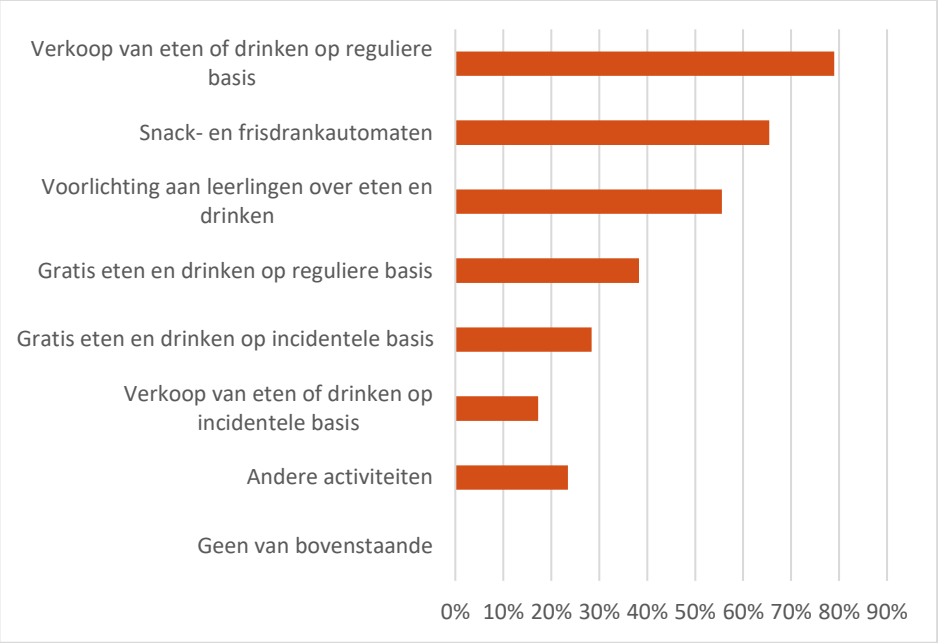


Bron: Panteia 2024

Voortgezet onderwijs en MBO

- Alle respondenten (100%) in het voortgezet onderwijs en MBO geven aan op enige manier activiteiten rondom eten en drinken aan te bieden.
- Bijna 80% van de respondenten geeft aan dat de verkoop van eten en drinken op reguliere basis plaatsvindt.
- In tegenstelling tot het basisonderwijs, zijn er in het voortgezet onderwijs en op het MBO in 65% van de gevallen snack- en frisdrankautomaten te vinden.
- Meer dan de helft van de respondenten geeft aan voorlichting aan leerlingen te geven over eten en drinken.
- Ook wordt er geregeld gratis eten en drinken op zowel reguliere als incidentele basis aangeboden.
- Meer dan 15% van de respondenten geeft aan dat er eten en drinken verkocht wordt op incidentele basis.
- Ook geeft ruim 20% van de respondenten aan dat er andere activiteiten rondom het thema eten en drinken plaatsvinden. Deze bestaan voornamelijk uit activiteiten zoals: kooklessen en het hebben van het predicaat gezonde school.

Figuur 8.12 Wat bieden het voortgezet onderwijs en het MBO qua eten en drinken op school aan? (N=81)



Bron: Panteia 2024

Promotie verstrekken betaald of gratis producten

Basisonderwijs

- Bij de activiteiten voor eten en drinken op basisscholen wordt er weinig promotie gemaakt voor de merken. De meerderheid van de respondenten geeft aan dat er geen sprake is van promotie bij de activiteiten.
- Een enkeling geeft aan dat er promotie wordt gemaakt bij de uitgifte/verkooppunten. Dit zal echter voornamelijk gaan om merknamen op de producten. Merknamen op verpakkingen vallen echter buiten de definitie van ‘reclame’ in RvV.

Voortgezet onderwijs en MBO

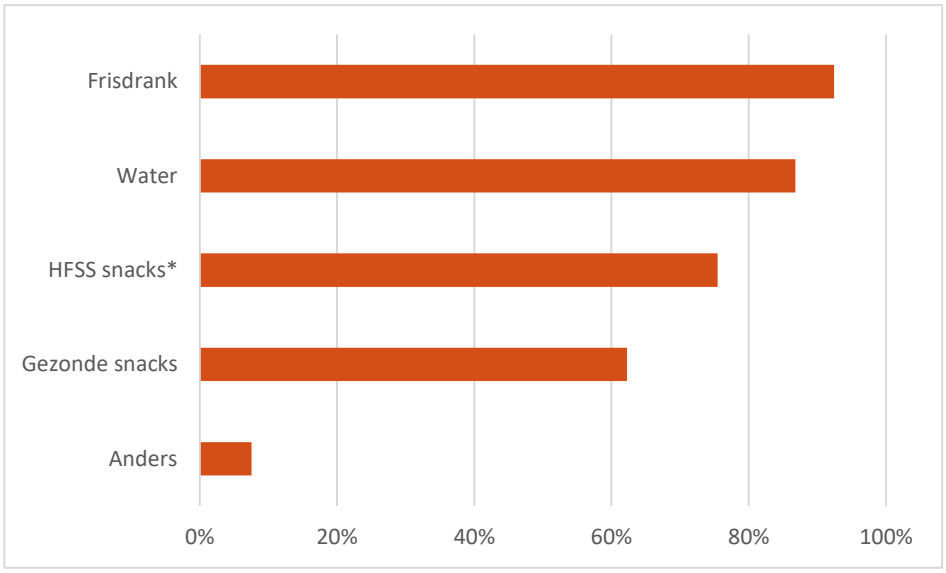
- Ook op het voortgezet onderwijs en het MBO wordt weinig promotie gemaakt bij het aanbieden van eten en drinken. De meerderheid geeft aan dat er geen sprake is van promotie voor merken.
- Een derde geeft aan dat er promotie wordt gemaakt bij de uitgifte- of verkooppunten van de producten. Dit gaat voornamelijk om het zichtbaar zijn van de merknaam op het product. Merknamen op verpakkingen vallen echter buiten de definitie van ‘reclame’ in RvV.

Snack- en frisdrankautomaten

- Geen van de responderende basisscholen heeft een snack- en frisdrankautomaat. Bij het voortgezet onderwijs of het MBO heeft 65% dit wel.
- Van deze automaten is op 15% een merknaam afgebeeld.
- De vulling van deze automaten wordt door ruim een kwart van de onderwijsinstellingen zelf gedaan en voor driekwart door een externe partij.

- De automaten zijn gevuld met frisdrank (92%), water (87%), snacks met veel verzadigde vetten (75%) en gezonde snacks (62%). Andere antwoorden die zijn gegeven zijn dat de producten in de automaat gezond zijn.

Figuur 8.13 Inhoud snack- en frisdrankautomaten (N=53)



*HFSS staat voor high fat, sugar en salt.

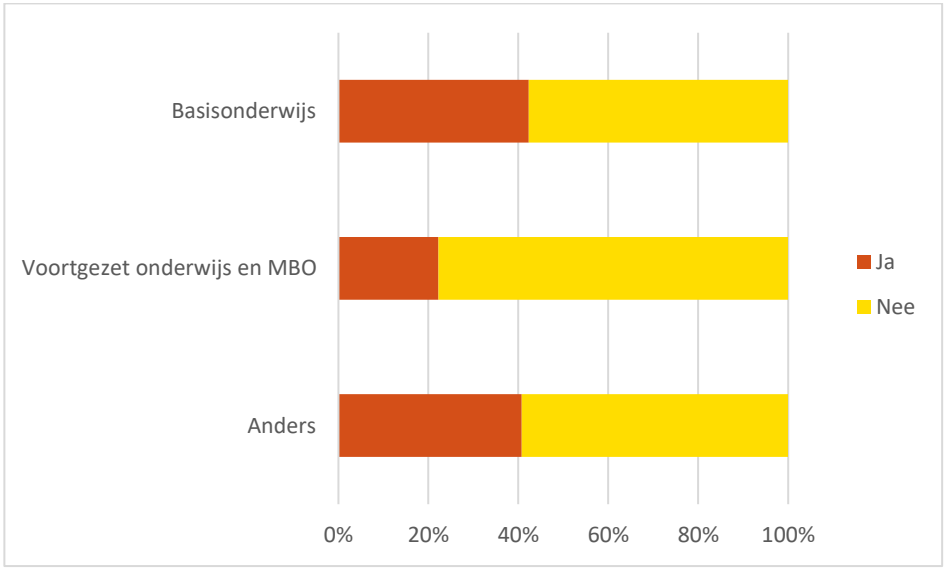
Bron: Panteia 2024

Nationaal Schoolontbijt

Het Nationaal Schoolontbijt wordt jaarlijks gedurende een vaste week aangeboden aan basisschool- en brugklasleerlingen voor een bedrag van €0,99 per ontbijtje. Tijdens het ontbijt eten de kinderen in de klas en krijgen ze de kans om andere producten dan thuis voor te proberen.

- Van de basisschoolrespondenten doet ruim 40% van de basisscholen mee aan het Nationaal Schoolontbijt.
- Ook een deel van de respondenten van het voortgezet onderwijs en MBO doet mee namelijk iets meer dan 20%. Dit zal gaan om de brugklassen van het voortgezet onderwijs.
- Ongeveer 40% van de respondenten van andere scholen doet mee aan het Nationaal Schoolontbijt.

Figuur 8.14 Doet uw onderwijsinstelling mee aan het Nationaal Schoolontbijt?



Bron: Panteia 2024

Het Nationaal Schoolontbijt wordt ondersteund door partners. Een groot deel daarvan zijn actief op het gebied van eten en drinken:

- Bakkerij 't Stoepje
- Ambachtelijke Bakkers
- Blij met een ei & Powerful eggs
- BlueBand
- Calvé
- Dutch Food week
- Fruitesse
- Gezonde School
- Groentegoed
- Holie
- Hollandia Matzes
- Jimmy's
- Leo Bakker
- Lidl
- Looye
- Nederlandse Zuivel Organisatie
- Pickwick
- Puratos
- Stichting Balance Buddy
- Voedingscentrum

Er is een grote kans dat de leerlingen van de scholen die meedoen met het Nationaal Schoolontbijt met de bovenstaande merken in aanraking komen. Voor de partners is hun medewerking aan het Nationaal Schoolontbijt immers deels een onderdeel van hun marketing om hun producten voor het voetlicht te brengen bij potentiële gebruikers. Aangezien het Voedingscentrum als autoriteit op het gebied van gezonde voeding betrokken is bij het Nationaal Schoolontbijt is het binnen de RvV voor de betrokken partners toegestaan om marketing te richten op kinderen tussen de 6 en

12. Daarbij kan overigens niet worden gegarandeerd dat de aangeboden ontbijten op alle scholen (volledig) voldoen aan de Schijf van Vijf.

Andere vormen van reclame voor eten en drinken binnen de onderwijsorganisatie

Naast het aanbieden van eten en drinken kunnen er ook andere vormen van promotie voor voeding worden gemaakt binnen onderwijsorganisaties.

- De meerderheid van respondenten geeft aan dat dit niet het geval is binnen hun onderwijsorganisatie.
- Een minderheid geeft aan dat er mogelijk op andere manier reclame binnen de organisatie gemaakt wordt.
    - Zo geeft ongeveer 15% geeft aan uitjes te maken naar producenten van eten en drinken.
    - Minder dan 10% geeft aan dat leerlingen mee kunnen doen aan spaaracties van voedings- of drankmerken.
    - Een enkeling geeft aan gesponsord te worden door voedings- of drankmerken.
    - Ongeveer 5% geeft aan nog andere vormen van reclame binnen de onderwijsinstelling te hebben.

Benadering van scholen door de voedingsindustrie

In de enquête is ook de vraag gesteld of onderwijsinstellingen in de afgelopen 6 maanden benaderd zijn door producenten van eten of drinken.

- De grote meerderheid van de respondenten is niet benaderd (bijna 70%).
- Een klein deel (20%) is benaderd voor lesmateriaal over voeding.
- Een paar respondenten (10%) zijn benaderd door producenten over het van bezoeken aan boerderijen, fabrieken, brouwerijen en dergelijke.
- Ook is een enkeling (5%) benaderd voor het verkopen of aanbieden van producten of het promoten van producten richting leerlingen.
- Daarnaast is nog iets meer dan 5% van de respondenten benaderd voor andere acties. Dit zijn acties zoals schoolmelk, gezonde schoollunch, schoolontbijt en schoolfruit.
- De partijen waardoor scholen vooral benaderd zijn, zijn partijen die actief zijn in het aanbieden van schoolfruit, schoollunch en zuivelproducten. Daarnaast ook door boerderijen, supermarkten en organisaties die zich bezighouden met gezondheid en gezonde voeding.

8.3 Kinderopvang

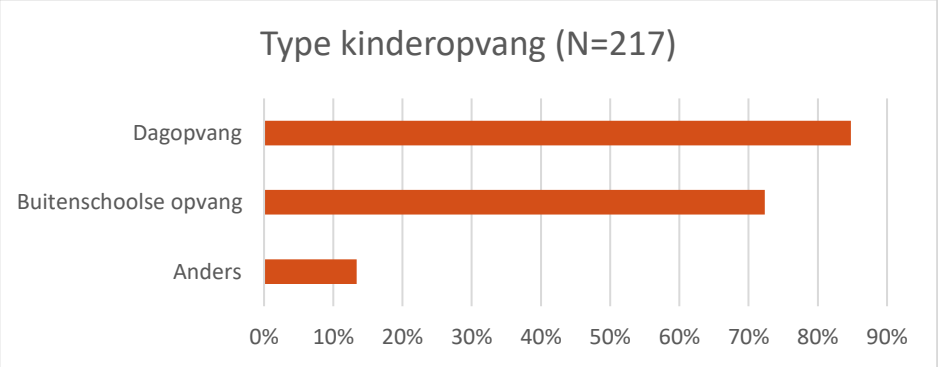
Methode en respons

De enquête is verstuurd naar 4.295 kinderopvangen. De contactgegevens zijn verkregen uit het Landelijk Register Kinderopvang en Peuterspeelzalen. Tussen 2 november en 5 december 2023 hebben 257 mensen de enquête (gedeeltelijk) ingevuld. Uiteindelijk zijn de antwoorden van 234 respondenten meegenomen, de overige respondenten hadden (bijna) geen vragen ingevuld en zijn buiten beschouwing gelaten. Dat is een responsratio van 5%. Op basis van een steekproef

van 234 kunnen redelijk betrouwbare uitspraken worden gedaan over de populatie, namelijk met een foutenmarge van 6% bij een betrouwbaarheidsniveau van 95%[71]

- De enquête is door 216 (92%) respondenten volledig ingevuld. Daarnaast hebben 18 (8%) respondenten de enquête gedeeltelijk ingevuld.
- De respondenten vertegenwoordigen de dagopvang, buitenschoolse opvang en andere type kinderopvang.
- Respondenten kunnen in meerdere categorieën vallen.
- De meeste respondenten vertegenwoordigen een dagopvang.
- Respondenten die een ander type van kinderopvang hebben gekozen, vertegenwoordigen vooral de peuteropvang, peuterspeelzaal en voorschool.

Figuur 8.15 Type kinderopvang (N=217)



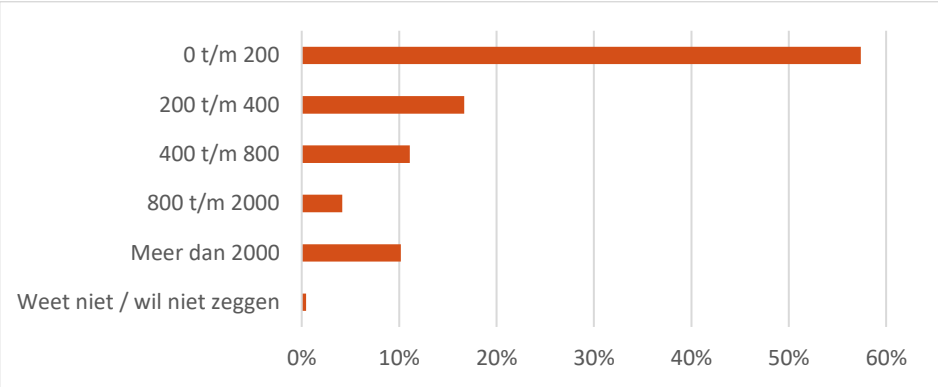
Bron: Panteia 2024

Grootte van de kinderopvang

- Respondenten vertegenwoordigen zowel kleine kinderopvangen (0 t/m 200 kinderen) als grote (meer dan 2.000 kinderen).
- De meerderheid van de respondenten werkt voor een organisatie waarbij tussen de 0 en 200 kinderen ingeschreven zijn.
- Respondenten die aangeven bij een organisatie te werken waarbij meer dan 2000 kinderen ingeschreven staan, zijn voornamelijk respondenten die de enquête hebben ingevuld voor meerdere vestigingen tegelijkertijd.

[71] Dit wil zeggen: het is met 95% zekerheid te zeggen dat de antwoorden niet meer dan 6% afwijken van de werkelijkheid voor de hele populatie.

Figuur 8.16 Aantal kinderen ingeschreven bij de organisatie (N=216)



Bron: Panteia 2024

Totaaloverzicht

In de enquête is gevraagd of en op welke manier kinderopvangen activiteiten hebben rondom het thema eten en drinken.

- Organisaties kunnen betrokken zijn bij meerdere activiteiten rondom eten en drinken, daarom telt het totaal in de figuur niet op tot 100%.
- De grote meerderheid (90%) van de kinderopvangen biedt eten en drinken op reguliere basis aan de kinderen aan.
- Daarnaast geeft een deel (20%) voorlichting aan kinderen over eten en drinken.
- Ook wordt er door een klein deel (10%) op incidentele basis eten en drinken aangeboden.
- Geen van respondenten bij kinderopvangen heeft een snack- of frisdrankautomaat in de vestiging staan.
- Ruim 25% van de kinderopvang organisaties biedt andere activiteiten op het gebied van eten en drinken aan. Dit zijn vooral het aanbieden van kooklessen en activiteiten rondom het thema gezonde voeding.

Figuur 8.17 Welke situatie is van toepassing? (N=234)



Bron: Panteia 2024

Promotie

Bij aanbieden van eten en drinken

- Zoals hierboven vermeldt, biedt een groot deel van de kinderopvangen eten en drinken aan kinderen aan.
- Bij deze uitgifte zijn soms de merknamen van de aangeboden producten te zien. Dit gaat vooral om merknamen op verpakkingen. Merknamen op verpakkingen worden in deze context niet als reclame gezien.
- De meeste organisaties geven aan dat er geen sprake is van promotie voor producten van eten of drinken. Hierbij maakt het niet uit of de producten regulier of incidenteel aangeboden worden.

Andere vormen van promotie

- Andere vormen van promotie voor eten en drinken binnen de kinderopvangen komt onder de respondenten sporadisch voor.
- Een enkeling (minder dan 10%) maakt weleens een uitje naar producenten van eten of drinken.
- Ook geeft een enkeling aan andere vormen van promotie mee te hebben. Dit is bijvoorbeeld het bezoeken/ hebben van een moestuin en het promoten van gezond eten.

Benaderd door voedingsproducenten

Een vraag in de enquête was of kinderopvangen in de afgelopen 6 maanden benaderd zijn door voedingsproducenten.

- De grote meerderheid (meer dan 80%) is niet benaderd.
- Een klein deel (10%) is benaderd voor het verkopen of aanbieden van producten.
- Daarnaast is een enkeling benaderd voor lesmateriaal over voeding, het promoten van producten richting de kinderen en het brengen van bezoeken aan voedingsproducenten.

Het kleine deel dat benaderd is, is vooral benaderd door producenten van fruit, aanbieders van (warme maaltijden), aanbieders van zuiveldrankjes en sap en partijen die voorlichting geven over gezonde voeding.

9

9 Characters op verpakkingen

Fabrikanten kunnen hun product aantrekkelijk maken voor kinderen door aansprekende figuren op de verpakking af te drukken. Tot 2019 mochten dit ook ‘licensed characters’ zijn: (teken)filmpersonages en kinderidolen. Dit mag volgens de RvV niet meer. Wel mogen fabrikanten nog gebruik maken van eigen mascottes (brand characters) en voor kinderen aantrekkelijk vormgegeven etenswaren.

Resultaten
De inventarisatie van characters op verpakkingen leverde dit jaar het volgende op:

- Ondanks het verbod zijn er nog steeds licensed characters op 13 verpakkingen van verschillende merken gevonden. Op één na betrof het producten die niet voldoen aan de voedingskundige criteria in de RvV en ook niet in de Schijf van Vijf staan. Bovendien zijn de gebruikte characters ook aantrekkelijk voor jonge kinderen (<7 jaar), zoals Paw Patrol, Super Mario en Pokémon.
- Het aantal gevonden producten met een character is gelijk aan de vorige meting (13). Wel zijn er dit jaar andere producten en characters gevonden.
- De meeste producten met licensed characters zijn gevonden in winkels met een breed assortiment. Het is onduidelijk in hoeverre deze producten oorspronkelijk voor de Nederlandse markt bestemd waren.
- Naast de licensed characters hebben we ook een lange lijst met bedrijfseigen mascottes gevonden. Dit jaar zijn er daarvan 130 gevonden, een vergelijkbaar aantal met vorig jaar. Ook maken fabrikanten producten zoals koekjes in creatieve vormen (bijvoorbeeld dieren) waardoor ze extra aantrekkelijk zijn voor (jonge)kinderen. Dat waren er dit jaar 23, een stijging van 9 ten opzichte van vorig jaar. Eigen characters en creatieve vormgeving zijn in de RvV wel toegestaan.

Hierna lichten we allereerst de context, het beleid en de regels rondom het gebruik van characters toe (paragraaf 9.1). Vervolgens zoomen wij in op de resultaten van de inventarisatie (9.2).

9.1 Context, regels en beleid

Kinderidolen op verpakkingsmateriaal noemen we ‘licensed characters’. Dit zijn personages uit films en tekenfilms of andere kinderidolen van derde partijen die op basis van een licentie aan een product of merk worden verbonden. Het gaat dus bijvoorbeeld om personages uit (teken)films, series en (strip)boeken. Personages die door de fabrikant zelf zijn gecreëerd (bijvoorbeeld de papegaaien van Croky Chips of Red & Yellow, de rode en gele M&M’s) worden ‘brand characters’ of mascottes genoemd en vallen buiten de regel in de Reclamecode.

Sinds 1 februari 2019 mogen er in principe geen licensed characters meer worden gebruikt op verpakkingsmateriaal van ongezonde producten. De volgende bepaling is toen namelijk opgenomen in de Reclamecode voor Voedingsmiddelen:

> **Kinderidolen**
> Artikel 8, Lid 2.
> a Kinderidolen die gericht zijn op kinderen tot en met 6 jaar mogen niet worden gebruikt in reclame. Dit verbod geldt ook voor verpakkingen en point-of-sale materiaal.
> b Kinderidolen die gericht zijn op kinderen van 7 tot en met 12 jaar mogen alleen worden gebruikt in reclame, en ook op verpakkingen en in point of sale materiaal, als het Voedingsmiddel voldoet aan de voedingskundige criteria. Indien het product niet aan de voedingskundige criteria voldoet mogen deze kinderidolen niet gebruikt worden in reclame en ook niet op verpakkingen en point of sale materiaal.
> c De verboden sub a en b gelden niet in de situatie dat sprake is van [reclame voor Voedingsmiddelen die tot stand is gekomen in samenwerking met dan wel gesteund wordt door de overheid en/of een andere erkende autoriteit op het terrein van voeding, gezondheid en/of beweging].
> d In reclame als bedoeld onder b, zal een kinderidool niet actief een Voedingsmiddel en/of daaraan gerelateerde premiums en diensten aanprijzen.

Voor deze bepaling is destijds een overgangsperiode bepaald, namelijk: “ten aanzien van lopende reclame-uitingen met betrekking tot artikel 8 [..] een overgangstermijn [zal] gelden van maximaal 17 maanden en/of totdat bestaande mediajaarcontracten zijn verlopen.” Dit betekent dat sinds 1 juli 2020 de karakters van de verpakkingen verdwenen moeten zijn, tenzij er nog sprake is van een doorlopend contract. De overgangsbepaling maakt het daarmee mogelijk dat langlopende contracten ook in 2023 nog steeds van kracht waren.

9.2 Resultaten inventarisaties

Voor dit onderdeel van de monitor hebben wij het aanbod aan producten met licensed characters op het verpakkingsmateriaal bij supermarkten en enkele winkels met een breed assortiment geïnventariseerd. Specifiek ging het om de volgende winkels: Albert Heijn, Jumbo, Aldi, Lidl, Plus, Coop, Spar, Dirk, Hoogvliet, Jan Linders, Dekamarkt, Action, Hema en Xenos. Ten opzichte van vorig jaar is ook Jamin dit jaar meegenomen in de inventarisatie. Via de websites van deze winkels hebben wij digitaal gemonitord of er producten werden aangeboden met licensed characters gericht op kinderen op verpakkingen. Het aanbod in individuele supermarkten is immers beperkter dan het online aanbod. Wanneer de onderzoekers bij een incidenteel bezoek in de inventarisatieperiodes andere producten dan online aantroffen, zijn deze in de inventarisatie meegenomen. De inventarisatie van de websites is uitgevoerd in augustus 2023, ruim drie jaar na afloop van de overgangsperiode.

Licensed characters

Bij de online inventarisatie zijn totaal 13 producten met licensed characters aangetroffen. Daarvan werden 13 in de zomer van 2023 gezien, drie jaar na afloop van de overgangstermijn. Het totale aantal licensed characters op verpakkingsmateriaal komt overeen met de inventarisatie van 2022. In het onderstaande overzicht is weergegeven welke producten van welke merken zijn aangetroffen met licensed characters. Daarbij zijn ook telkens de betrokken karakters genoemd en via welke winkel de producten in ieder geval verkrijgbaar waren. Mogelijk waren ze ook bij andere winkels te koop. De meeste van de producten met licensed characters op de verpakking voldeden niet aan de voedingskundige criteria in de RvV en staan niet in de Schijf van Vijf.

Merk	Product	Character(s)	Winkel	RvV	Sv5
Pez	Snoepjes en dispenser	Paw Patrol	Action	Nee	Nee
Heart	Cola drankje maken pakket	ShinChan	Jamin	Nee	Nee
Heart	Druiven drankje maken	ShinChan	Jamin	Nee	Nee
Heart	Milkshake pakket	Furifuri	Jamin	Nee	Nee
Onbekend	Chocolade	Pokemon	Jamin	Nee	Nee
Onbekend	Gummies maken pakket	Super Mario	Jamin	Nee	Nee
Onbekend	Chocolade	Super Mario	Jamin	Nee	Nee
Coris	Kauwgum	Dragon Ball Z	Jamin	Nee	Nee
Onbekend	Winegums	Scooby Doo	Jamin	Nee	Nee
Lotte	Wafels met chocoladevulling	Dragon Ball Z	Jamin	Nee	Nee
Lotte	Kauwgum	Jujutsu Kaisen	Jamin	Nee	Nee
Surprise Drinks	Bronwater	Avengers	Jumbo	Ja	Ja
Onbekend	Energy Drink	Mortal Combat[72]	Action	Nee	Nee

Er wordt voornamelijk nog gebruik gemaakt van licensed characters die jonge kinderen aanspreken, zoals Paw Patrol, Pokemon en Super Mario. De meeste karakters die wij op het verpakkingsmateriaal aantroffen zijn gericht op de doelgroepen ‘alle leeftijden’ of ‘zes jaar en ouder’ (op basis van de Kijkwijzer). Dit betekent dat ze in principe geen van alle op verpakkingsmateriaal gebruikt mogen worden. Er mag immers geen gebruik worden gemaakt van idolen die gericht zijn op de doelgroep tot en met zes jaar. Een aantal uitzonderingen zijn Jujutsu, Avenger en Mortal Combat, welke geschikt zijn voor kijkers vanaf 12 jaar. Furifuri is zelfs pas geschikt vanaf 18 jaar en ouder.

[72] Het spel is officieel voor 18+

Een aantal van deze karakters wordt door meerdere merken gebruikt. In de onderstaande figuur 9.1 zijn enkele voorbeelden van licensed characters op verpakkingen weergegeven.

Figuur 9.1 Voorbeelden van licensed characters op verpakkingsmateriaal, 2023



Van de producten die wij aantroffen bij winkels met een breed assortiment (zoals Action) was het niet altijd duidelijk of de aangeboden producten initieel voor de Nederlandse markt waren geproduceerd. Mogelijk ging het hier (deels) om producten die geïmporteerd zijn en eigenlijk voor verkoop in andere Europese landen bestemd waren.

Brand characters

Er is ook gemonitord in hoeverre merken gebruik maken van brand characters. Hoewel deze volgens de Reclamecode wel toegestaan zijn, kan worden beargumenteerd dat merken zich hiermee uitdrukkelijk op (jonge) kinderen richten. Door optredens in reclames en met gebruik van merchandising heeft een aantal van deze mascottes grote bekendheid onder kinderen. Er zijn 128 verschillende brand characters geregistreerd. Dit ligt in lijn met de inventarisatie van vorig jaar. Maar in winkels kunnen er nog veel meer verkrijgbaar zijn die wij niet via de websites van supermarkten konden vinden.

Figuur 9.2 Enkele bekende brand characters



Er is een algemene lijst bijgehouden van welke merken eigen brand characters gebruiken, die (mogelijk) aantrekkelijk zijn voor kinderen. In de onderstaande tabel is

een overzicht gegeven van alle verschillende gevonden brand characters. Deze lijst is niet uitputtend.

Merk	Product	Character(s)
AH	Super kwarksnack aardbei	Boerderijdieren
Autodrop	Snoep	Verschillende voertuigen
	Mini biscotti choco chip	Inktvis, panda, giraf en papegaai
Appy Kids Co	Mini biscotti oat & honey	Circusdieren
Barni	Cakejes met melkvulling	Beertje
	Mini biscuits aardbei	Smiley
BN	Mini biscuits chocolade	Smiley
Bubblicious	Kauwgom	Kat die kauwgom eet
Cactus spray	Spray met appelsmaak	Cactus met gezicht
Captain Rondo	Koekjes	Piraat
Charricos	Bananenchips	Gorilla
Cheesstrings	Kaasstengel	Kaaspoppetje
Cheetos	Chips	Cheeta op skateboard
Chio	Heartbreakers chips	Man en vrouw cartoon
	Melody Pops	Lolly's met gezichtjes
Chupa Chups	Lolly’s in blik	Diverse cartoon figuren
Claudi & Fin	Yoghurtijsjes	IJsjes met ogen
Croky	Chips	Blauwe, rode of groene papegaai
Crownfield	Choco Rise & Shell	Aap
	Danoontje	Geanimeerd poppetje
	Knetter Yoghurt	Blauw poppetje/monster
	Aardbeienyoghurt	Rood poppetje/monster
Danone	Af en Toetje	Baby rendier
	Squeezy Pop	Oogjes
Dr. Candy	Atomic Sour Spray	Wetenschapper
Dr. Oetker	Vla	Paula de Koe
Eru	Smeerkaas	Muis
Farm Brothers	Choco chips bio cookies	Mol op tractor
Fruitfunk	Bites Banana & Peach	Fruit met gezichtje
	Snoep	Poppetje
Fruittella	Verschillende snoeppen	Snoepje
Fundiez	Smiley lolly’s	Smiley
Haribo	Verschillende snoeppen	Beertje, jongen of snoepgoed met gezicht

Hellema	Smoeltjes speculaas	Smileys
	Rozijnen	Jungledieren
	Rozijnen witte chocolade en yoghurtsmaak	Zebra
	Safari crisps	Olifant
	Maïssnacks	Maiskolven met eenden gezicht
	Dino eieren met choco confetti	Dinosaurus
	Dino traktatiedoos gevuld met 8 koekjes	Dinosaurus
	Zoete leeuwen vegan	Leeuw
	Taart	Leeuw
	Safari zakje met spekjes	Leeuw
	Jelly snoepjes dino	Dinosaurus
Hema	Chips	Eendjes
Hleks	Sparx popping candy strawberry flavour	Clown
Jelly Bean	Flaming Five Challenge	Mannetje
	Pinguin Mix Melkchocolade	Pinguïn
Jumbo	Dropfruit duo's	Zebra
	Honey pops loops	Bij
	Coco pops	Aapje
	Frosties	Tijger
	Rice Krispies	Elfjes
	Smacks	Kikkers
	Froot loops	Eenhoorn
	Ontbijtgraan	Jongen
Kellog's	Zimmy kaneelsterren	Draak
	Chocolade reep	Jongetje
	Surprise ei	Natoons
Kinder	Surprise ei	Kangoeroe
Koopmans	Pannenkoekmeel	Kabouter
La Vache Qui Rit	Smeerkaas	Dippers met gezichtjes
Look-o-Look	Dynamiet staafjes	Oogjes op snoep
	Mini Madeleine, minikoekjes en vanille wafels	Aapje
Lotus	Dinosaurus mini's	Dinosaurus
	Chocolade koekjes	Beertjes
	Chocolade koekjes	Scholieren
Lu	Verschillende Prince koekjes	Prins

Lucky Charms	Ontbijtgranen	Mannetje
Lutti	Fili-tubs	Snoep met gezicht
Mega brain licker	Mega brain licker	Jongen
Milka	Snow balls melkchocolade	Jongen en meisje
Mister Choc	2-pack melk & chocolade reepjes	Jongetje en meisje
M&M’s	Chocolade M&M’s	Gele, rode, oranje, blauwe en bruine M&M's
	Roomijs en ijsjes	Rode en gele M&M's
	Chocoladerepen	Gele, rode, oranje, blauwe en bruine M&M's
	Pindakaas	Blauwe M&M's
Melkan	Kinderkwark	Verschillende monsters
Nerds	Rainbow snoepjes	Monstertjes
Nestlé	Chocoladereep	Lion Leeuw
Orinoko	Hazelnootpasta	Verschillende dieren
Pink Lady	Pinkids schaal	Appel met springtouw
Pirulo	Ocean Adventure	Visijsjes met gezicht
Pombär	Chips	Beer
Pringles	Paprika chips	Mannetje met snor
RAAK	Kindercola	Jongen met hond
Royal Smilde	Knijpstroop	Fred & Ed
Roosvicee	Multivit kids	Fruit met oogjes
Servero	Slurpfruit	Fruitgezichtjes
Smoeltjes	Speculaasjes	Smoeltjes
	Koekjes	Ufo
Smuckers	Smucker's Goober grape	Fruit met oogjes
Sqwigglies	Zure wormen	Jongen
SweetZone	Mega Stix	Snoepje met gezicht
Taksi[73]	Tropisch fruit ijs	Slang
Toffifee	Tofees	Smileys
Trolli	Snoep Zure Gloeiwormen	Wormen
	Snoep Squiggle twist	Wormen
	Snoep Squiggles	Insecten
	Snoep Dinorex	Dinosaurus
	Snoep	Mini burger met gezicht
	Snoepmix	Spookje, lama, eenhoorn en snoepje

[73] [73] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

	Peach rings	Fruit met gezichtje
	Hotdog	Hotdog met gezichtje
	Vruchtenlimonade	Fruit met gezichtje
Troppie	Melon Gum	Meloen met gezicht
	Bombastic Mini's	Snoepje met gezicht
	Bubblegum Bottle	Snoepje met gezicht
Uggo	Bungel stroopstift	Aapje
Van Gilze	Rimboe hagelslag en vlokken	Zebra, beer, tijger en krokodil
Venz	Koekjes discozwemmers	Inktvis
	Vanillekoekjes	Kat en hond
	Olifantstanden	Olifant
	Aardbeienkoekjes	Prinses
	Lange nekken	Giraffe en vogeltjes
	Smileys	Koekjes met gezicht
Verkade	El Classico Chili Tortilla Chips	Peper met gezicht en meisje
Willy Nacho	Sojadrink	Flamingo
Yogho! Yogho!	Kinderchampagne	Lama
	Minicakes	Eenhoorn
	Chocobars	Krokodil
ZagaZoe!	Surprise ei	Eenhoorn
Zaini	Sour Flavour Jawbreaker	Gumbal met gezicht
Zed Candy	Jawbreaker on a stick	Jongen
	Knijpfruit	Fruit met oogjes
Zonnatura	XL-lolly met inhoud	Koala, pinguïn en eenhoorn
	Suikerspinsuiker	Suikerspin met gezicht
Geen merk		

Creatief gevormd eten

Naast de licensed characters en brand characters zijn er ook producten die een creatieve vorm hebben. Hoewel deze volgens de Reclamecode wel toegestaan zijn, kan worden beargumenteerd dat merken zich hiermee uitdrukkelijk op (jonge) kinderen richten.

Figuur 1 Voorbeelden van creatief gevormde producten



Er zijn 21 verschillende producten met creatieve vormen geregistreerd. In de onderstaande tabel is een overzicht gegeven van alle verschillende gevonden producten. Deze lijst is niet uitputtend.

Merk	Product	Vorm
AH	Chips	In de vorm van katten
	Chocolade	Eekhoorn stoomboot
	Chocolade	Egel sint
	Chocolade	Wit Paard met paddenstoel
	Chocolade	Zonnebloem
	Dierenkoekjes uitdeelzakjes	In de vorm van aapjes
	Marsepein	Biggetje
	Snoep	Katten
	Snoep	Monsters
	Snoep	Panda vorm
	Snoep	Uiltjes/Biggetjes
Aviko	Lachebekjes	Smileys
Cheetos	Chips	In de vorm van voetballen
Farm Brothers Natural	Bio Cookies	Tractoren
Katja	Snoep	Apenkoppen/Biggetjes
Kinder	Happy hippo	Hippo
Nestlé	Pirulo frutti ijs	Fruit
Smoeltjes	Spookkoekjes	Spookjes
Sondey	Junglekoeken	Jungle dieren
	Uitdeelkoekjes	Boerderijdieren of Smileys
Sweet Corner	Hippo's	Nijlpaarden

10

10 Supermarktacties

Voedingsproducenten richten hun marketingactiviteiten niet alleen via massamedia op de (potentiële) consument, maar ook via supermarkten. In samenwerking met de grote retailers zetten zij speciale acties op om meer producten af te kunnen zetten. In 2023 jaar hebben we tussen juni en december de supermarktacties geïnventariseerd.

Resultaten
De inventarisatie van supermarktacties leverde dit jaar het volgende op

- Dit jaar hebben wij tussen juni en december 22 supermarktacties beoordeeld als (groten)deels kindgericht. Dit is meer dan in de vorige monitor (16), terwijl de doorlooptijd korter was (in 2022: januari tot en met december).
- Ten opzichte van vorig jaar, waren er in 2023 minder vaak specifieke producten betrokken bij de acties (bijvoorbeeld als 'spaarversneller' om meer/sneller iets extra's te krijgen). Dit jaar draaiden slechts 4 van de 22 kindgerichte acties mede om het stimuleren van de verkoop van bepaalde merken of producten. Vorig jaar was dit nog bij 7 van de 16 acties het geval. Dit is een dalende trend die we de afgelopen drie jaar zien. Bij de gezinsgerichte acties was er in 2023 bij 17 van de 30 acties sprake van actieproducten.
- Wanneer er producten betrokken waren bij de actie, ging het in alle gevallen (grotendeels) om producten die niet voldoen aan de voedingskundige criteria in de RvV en niet in de Schijf van Vijf staan.

Hierna lichten we allereerst de context, het beleid en de regels rondom supermarktacties toe (paragraaf 10.1). Vervolgens zoomen wij in op de resultaten van de inventarisatie (10.2).

10.1 Context, regels en beleid

Net als voorgaande jaren hebben we speciale acties in en via supermarkten in beeld gebracht. Dit zijn enerzijds de spaaracties en winacties van de supermarkten zelf en anderzijds de spaar- en winacties door voedingsmerken die via supermarkten beschikbaar zijn, of waaraan supermarkten medewerking verlenen. Een deel van deze acties is ook op kinderen gericht.

We maken een onderscheid tussen de volgende typen acties:

- **Geschenk bij besteding van een bepaald bedrag**. Deze acties worden doorgaans door supermarkten geïnitieerd. Klanten krijgen dan direct een cadeau bij besteding van bijvoorbeeld elke 10 of 15 euro. Het kan daarbij bijvoorbeeld gaan om stickers voor een stickeralbum, gadgets of klein speelgoed. In sommige

gevallen krijgen consumenten, aanvullend op de besteding, een extra geschenk bij aankoop van bepaalde actieproducten ('spaarversnellers').

- **Geschenk bij aankoop van actieproducten.** Deze acties zijn soms door supermarkten zelf, maar doorgaans door of in samenwerking met voedingsmerken geïnitieerd. Klanten krijgen dan bij aankoop van één of meer producten een geschenk, bijvoorbeeld een voorleesboek of tickets voor een evenement.
- **Geschenken zonder aankoop:** vooral rond de feestdagen geven supermarkten geregeld iets extra's aan kinderen, zoals kleurplaten. Rond Sinterklaas mogen kinderen bij sommige supermarkten hun schoen zetten. Hoewel er hier geen sprake is van een samenhang met de aankoop van producten, kunnen er wel voedingsmiddelen en – merken gekoppeld zijn aan de geschenken.
- **Sparen bij bestedingen.** Deze acties zijn doorgaans van de supermarkten zelf. Bij besteding van een bepaald bedrag krijgen de klanten een spaarzegel. Bij een volle spaarkaart krijgen ze een geschenk of korting op aankopen. Voorbeelden hiervan zijn: sparen voor bordspellen of korting op Eftelingtickets.
- **Winacties.** Zowel supermarkten als voedingsmerken houden winacties, waarbij klanten bij aankoop van bepaalde producten kans maken op het winnen van cadeaus. Dat kan bijvoorbeeld door inlevering van de kassabon als aankoopbewijs of door het inkleuren van een kleurplaat. Een voortgaande trend is dat deelname vaak alleen kan via sociale media, bijvoorbeeld door het delen van een foto en/of het gebruik van een hashtag.

De acties in supermarkten worden niet specifiek in de Reclamecode voor Voedingsmiddelen (RvV) genoemd. Wel is het toegestaan om reclame te maken bij de 'point of sale'. In principe kan de supermarkt als geheel worden gezien als een point of sale. De effecten van de campagnes reiken echter verder dan de supermarkt alleen. De geschenken zijn namelijk voor thuisgebruik en de te winnen artikelen worden veelal thuisbezorgd. Wanneer we daarom de andere criteria uit de RvV op deze acties toepassen, houdt dit in dat promotionele activiteiten voor voedingsmiddelen niet gericht mogen zijn op kinderen jonger dan 13 jaar. Uitzonderingen daarop zijn acties voor producten die voldoen aan de voedingskundige criteria in de RvV gericht op de doelgroep 7 tot en met 12 jaar en acties in samenwerking met instanties gericht op gezondheid, voeding en/of beweging.

Een deel van de acties hangt niet samen met specifieke producten of voedingsmerken. Dit gaat met name om de acties waarbij men bij bepaalde bestedingen een geschenk krijgt, of kan sparen voor geschenken. Bij dergelijke acties is er soms wel een (indirecte) link met bepaalde voedingsmerken wanneer er extra spaarzegels of geschenken worden gegeven bij aankoop van bepaalde (voedings-) producten. Wanneer de actie gericht is op kinderen (bijvoorbeeld het sparen van knuffels), kan de conclusie worden getrokken dat er via de spaaractie gericht wordt aangestuurd op het kopen van deze producten. In dat geval is er sprake van voedingsreclame gericht op kinderen.

Naast het stimuleren van het kopen van bepaalde producten, kunnen ook de geschenken zelf een vorm van voedingsreclame zijn. Dit is het geval wanneer er op de geschonken producten (zoals speelgoed) voedingsmerken zijn afgebeeld.

10.2 Resultaten inventarisatie acties in supermarkten

Voor dit deel van de monitor hebben wij tussen juni en december 2023 wekelijks van 12 grote supermarktketens alle (spaar)acties die gericht zijn op kinderen bijgehouden[74]. Wij hebben alle acties geïnventariseerd die mogelijk op kinderen en/of het hele gezin zijn gericht. Acties rondom producten die niet op kinderen zijn gericht (zoals koffie en bier) en spaaracties voor servies, kookgerei, glazen en gratis bezorging en dergelijke zijn buiten beschouwing gelaten. Bij de beoordeling of een actie wel of niet lijkt te voldoen aan de RvV is ervan uitgegaan dat dit alleen het geval is wanneer alle betrokken producten voldoen aan de voedingskundige criteria in de RvV. Hetzelfde geldt voor de toets op basis van de Schijf van Vijf.

Hieronder volgt een overzicht van de acties die nadrukkelijk op kinderen gericht leken, gesorteerd naar type actie. Daarna volgt een lijst van acties die op het hele gezin gericht leken, en daarmee buiten de directe scope van de Monitor Kindermarketing vallen.

Geschenk bij besteding van een bepaald bedrag

Bij vier acties die grotendeels op kinderen zijn gericht, kregen klanten geschenken bij besteding van bepaalde bedragen. Dit zijn acties die geregeld ook landelijke aandacht krijgen in reclamecampagnes. In het onderstaande schema zijn deze acties weergegeven, met daarbij de vermelding of er voedingsproducten direct bij betrokken werden (bijvoorbeeld de mogelijkheid om extra geschenken te krijgen bij aankoop van bepaalde producten) en zo ja, of de acties op basis van deze producten voldoen aan de criteria van de RvV en of de producten in de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum staan.

Tabel 10.1 Geschenken gericht op kinderen bij besteding van een bepaald bedrag

Winkel	Actie	Week	Actieproducten van o.a.	RvV	Sv5
Albert Heijn	Disneyplaatje	37 t/m 39	Geen	Nvt	
Hoogvliet	Spaar met je kassabon voor Look-o-Look	28 t/m 30	Geen	Nvt	
Plus	Sonic Razende Runners	22 t/m 27	Geen	Nvt	
Plus	Voetbalplaatjes	37 t/m 43	Verkade, Chio chips of popcorn, Santa Maria, Snelle Jelle, Koopmans, Coca-Cola, Fanta, Sprite, Unox Soep, Pepsi, Rivelle, 7-up, Lipton icetea	Nee	Nee

[74] De 12 gevolgde supermarkten zijn Albert Heijn, Aldi, Coop, Deka, Dirk, Hoogvliet, Jan Linders, Jumbo, Lidl, Spar, Vomar en Plus

Hieronder lichten we de acties nader toe:

- **Albert Heijn –** Sparen voor Disneyplaatjes: Bij besteding van elke €10 aan boodschappen ontvingen klanten een pakje met vier Disneystickers (en soms een tattoo). De plaatjes konden worden verzameld in een Magisch Kookboek.
- **Hoogvliet** – Sparen met kassabon voor Look-o-Look: Klanten ontvingen op de kassabon spaarzegels voor snoep van Look-o-Look. Met een volle kaart konden klanten het product gratis krijgen.
- **Plus** – Sparen voor Sonic Razende Runners: Bij elke €15 aan boodschappen ontvingen klanten een Sonic Razende Runner. Met deze Runners kunnen vier verschillende spelletjes gespeeld worden. Ook ontvingen klanten een Runners Track op twee dagen bij besteding van €20.
- **Plus** – Sparen voor voetbalplaatjes: Bij besteding van €10 ontvingen klanten een pakje met vier voetbalplaatjes. Deze plaatjes konden verzameld worden in een verzamelalbum, wat voor €1,99 erbij te kopen was.

Figuur 10.1 Voorbeelden van acties bij supermarkten in 2023 waarbij geschenken werden weggegeven aan kinderen bij besteding van een bepaald bedrag



Geschenk bij aankoop van actieproducten

Bij twee acties kregen de klanten een kindgericht geschenk bij aankoop van bepaalde actieproducten. In het onderstaande schema zijn deze acties weergegeven, met daarbij de vermelding of de acties op basis van de betrokken producten voldoen aan de criteria van de RvV en of de producten in de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum staan.

- **DEKA** – Gratis Sinterklaasboek: Bij aankoop van een van de actieproducten ontvingen klanten een sinterklaasboek. Elke week was er een actie waarbij een sinterklaasboek verkregen kon worden geschreven door een bekende Nederlander: Özcan Akyol, Bastiaan Raggs en Dafne Schippers. De geselecteerde actieproducten betroffen onder andere Campina vla, Chocomelk en Parrano kaas.

- **Hoogvliet** – Gratis Sinterklaasboek: Het gaat om dezelfde actie als hierboven beschreven. Actieproducten hierbij waren Campina Botergoud, Milner plakken en Parrano kaas.

Tabel 10.2 Geschenk gericht op kinderen bij aankoop van actieproducten

Winkel	Actie	Week	Actieproducten van o.a.	RvV	Sv5
Deka	Gratis Sinterklaasboek	46 t/m 49	Chocomel, Fristi, Valess, Campina, Optimel, Milner, Parrano	Nee	Nee
Hoogvliet	Gratis Sinterklaasboek	48	Campina, Milner, Parrano	Nee	Nee

Figuur 10.2 Voorbeelden van acties bij supermarkten in 2023 waarbij een geschenk werd weggeven bij bepaalde actieproducten



Geschenken zonder aankoop

Bij negen acties grotendeels op kinderen gericht konden kinderen een gratis cadeautje krijgen. Vooral rond de feestdagen geven supermarkten geregeld iets extra's aan kinderen, zoals aftelkalenders tot Sinterklaas. Daarnaast geven supermarkten ook kleurplaten uit. Hoewel er hier geen sprake is van een samenhang met de aankoop van producten, kunnen er wel voedingsmiddelen en –merken gekoppeld zijn aan de geschenken. Hieronder lichten we deze acties nader toe:

- **Albert Heijn** – Schoen zetten: Kinderen konden hun schoen bij Albert Heijn zetten. Hierin kregen ze wat lekkers en een speciaal ontworpen cadeautje van de Sint.
- **Coop** – Inleveren kleurplaat voor verrassing: Kinderen tot 10 jaar konden een kleurplaat bij de supermarkt inleveren en kregen hiervoor een leuke verrassing.
- **Deka –** Inleveren kleurplaat voor wat lekkers: Kinderen konden hun sinterklaaskleurplaat inleveren in de supermarkt en kregen hiervoor wat lekkers.
- **Dirk** – Sinterklaaskleurplaat inleveren tegen verrassing: Kinderen tot acht jaar konden een Sinterklaaskleurplaat versieren en inkleuren. Hiervoor kregen ze een kleine verrassing.
- **Hoogvliet** - Kleur, knip en knutsel je eigen schoentje en zet 'm in de winkel: Kinderen konden een schoentje knutselen en in de winkel zetten. Hier kregen ze wat leuks in.

- **Jumbo** – Kleur en knutsel een schoentje en zet deze in de winkel: Kinderen konden een schoentje knutselen en zetten in de Jumbo, hier kregen ze een schoencadeautje in.
- **Lidl** – Dezelfde actie als van Hoogvliet en Jumbo.
- **Vomar** – Kerstmuts voor kinderen: De Vomar kersttruck reed rond om gratis kerstpakketten uit te delen in verschillende plaatsen in Nederland gedurende drie dagen. Kinderen die bij deze locatie aanwezig waren, kregen een kerstmuts cadeau.

Tabel 10.3 Geschenken zonder aankoop gericht op kinderen

Winkel	Actie	Week	Actieproducten van o.a.	RvV	Sv5
Albert Heijn	Schoen zetten	47 t/m 49	Geen	Nvt	
Coop	Sinterklaaskleurplaat inleveren tegen verrassing	49	Geen	Nvt	
Deka	Sinterklaaskleurplaat inleveren tegen verassing	47 t/m 49	Geen	Nvt	
Dirk	Halloween kleurplaat	43 t/m 44	Geen	Nvt	
Dirk	Sinterklaas kleurplaat	46 t/m 48	Geen	Nvt	
Hoogvliet	Sinterklaas schoen/kleurplaat	47 t/m 48	Geen	Nvt	
Jumbo	Kleurplaat en schoencadeau	46 t/m 48	Geen	Nvt	
Lidl	Sinterklaas schoen zetten/kleurplaat	46 t/m 49	Geen	Nvt	
Vomar	Gratis kerstmuts voor kinderen	50	Geen	Nvt	

Figuur 10.3 Aantal voorbeelden van supermarktacties waarbij geschenken zonder aankoop aan kinderen worden verstrekt



Sparen bij bestedingen

Bij vijf acties kregen klanten bij besteding van bepaalde bedragen een spaarzegel. Bij inlevering van een volle spaarkaart kreeg men een geschenk of korting op speciale artikelen. In het onderstaande schema zijn deze acties weergegeven, met daarbij de vermelding of er voedingsproducten direct bij betrokken werden en zo ja, of de acties op basis van deze producten voldoen aan de criteria van de RvV en of de producten in

de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum staan.

Tabel 10.4 Spaaracties gericht op kinderen

Winkel	Actie	Week	Actieproducten van o.a.	RvV	Sv5
Coop	Spaar voor Marvel Avenger knuffels en broodtrommel	44 t/m 49	Geen	Nvt	
Coop	Spaar voor kinderboekjes en knuffels	19	Geen	Nvt	
Hoogvliet	Spaar voor buitenspellen	23 t/m 31	Geen	Nvt	
Jumbo	Spaar voor de race auto van Max Verstappen	37 t/m 40	Red bull, Calvé pindakaas (ook 100%), Lays MAX, Snackgroenten, Ben & Jerry's, Heineken, Unox of Conimex soep in zak	Nee	Nee
Jan Linders	Leuke verrassingen voor kinderen onderweg	30 t/m 36	Geen	Nvt	

Hieronder worden de acties nader toegelicht:

- **Coop** – Sparen voor Marvel Avengers: Bij besteding van €5 ontvingen klanten één spaarzegel. Bij een volle spaarkaart (15 zegels) en bijbetaling ontvingen klanten Marvel Avengers.
- **Coop** – Sparen voor Dierendorpje knuffels en boekjes: Bij besteding van €5 ontvingen klanten één spaarzegel. Met vijftien zegels was de kaart vol en kon de volle spaarkaart ingeleverd worden om korting te krijgen op knuffels en boekjes.
- **Hoogvliet** – Spaar voor buitenspellen: Bij besteding van €10 ontvingen klanten één spaarzegel. Bij een volle spaarkaart (10 zegels) en bijbetaling ontvingen klanten buitenspellen.
- **Jumbo** – Spaar voor de winnende raceauto van Max Verstappen: Bij elke €10 ontvingen klanten één spaarzegel. Bij een volle spaarkaart (20 zegels) en bijbetaling ontvingen klanten een raceauto op schaal.
- **Jan Linders** – Spaar met Liefhebber-punten voor leuke verassingen voor kinderen onderweg: Klanten ontvingen 1 Liefhebber-punt bij elke €1 aan boodschappen. Deze Liefhebber-punten konden klanten inwisselen met bijbetaling voor knuffels, boekje en andere producten voor kinderen.

Figuur 10.4 Voorbeelden van acties waarbij klanten konden sparen bij besteding voor een geschenk of korting op speciale artikelen



Winacties

Ten slotte waren er drie winacties van supermarkten en voedingsmerken die kindgericht waren of mogelijk interessant voor kinderen. Winacties houden in dat deelnemers aan de actie niet verzekerd zijn van een prijs. Zij maken bij inlevering van een kleurplaat of aankoopbewijs kans op prijzen. In het onderstaande schema zijn deze acties weergegeven.

.

Tabel 10.5 Winacties gericht op kinderen

Winkel	Actie	Week	Actieproducten van o.a.	RvV	Sv5
Hoogvliet	Maak kans op buitenspelpakketten	25 t/m 32	Geen		Nvt
Lidl	Maak kans op een houten speelkeuken, houten poppenhuis, werkbank Parkside, 3D-penset en een houten tekenkoffer	42 t/m 49	Geen		Nvt

Hieronder lichten wij deze acties nader toe:

- **Hoogvliet** – Maak kans op 1 van de 10 buitenspel pakketten: Kinderen konden in het Vakantie DoeBoek van 2023 een prijspuzzel maken en het antwoord opsturen om een buitenspelpakket te winnen.
- **Lidl** – Maak kans op houten speelgoed: In het Sintmagazine van 2023 moesten alle cadeautjes geteld worden en het antwoord moest naar Lidl opgestuurd worden. Uit de juiste antwoorden werden door middel van loting vijf winnaars bepaald waaronder de vijf prijzen verdeeld werden.

Figuur 10.5 Acties waarbij klanten een prijs konden winnen



Acties gericht op ouders of het gehele gezin

Naast de hiervoor genoemde acties die ogenschijnlijk, c.q. deels direct op kinderen waren gericht, kwamen we ook 30 acties tegen die meer op de ouders waren gericht of op het hele gezin. Daarbij ging het bijvoorbeeld om spaaracties voor uitjes, gezelschapsspellen of winacties voor producten die ouders voor een kind kunnen bestellen. Deze acties hebben we in de onderstaande tabel samengevat met daarbij de vermelding of er voedingsproducten direct bij betrokken werden en zo ja, of de acties op basis van deze producten voldoen aan de criteria van de RvV en of alle betrokken producten in de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum staan.

Tabel 10.6 Supermarktacties gericht op het hele gezin

Winkel	Actie	Week	Actieproducten van o.a.	RvV	Sv5
Geschenk bij besteding					
Deka	Fleur je tuin op	11 t/m 20	Red Band, Venco, L'Or, Danio, Douwe Egberts	Nee	Nee
Vomar	Spaar voor 14 populaire familiespellen	40 t/m 48		Nvt	
Geschenk bij aankoop actieproduct					
Jumbo	Pathe thuis voucher	20 t/m 23	Spa Fruit	Nee[75]	Nee
Sparen bij besteding					
Albert Heijn	Spaar voor 2e bioscoopkaartje gratis of 2e consumptie gratis	36 t/m 37	Geen	Nvt	
Albert Heijn	Spaar voor 2e kaartje gratis op uitjes	33	Geen	Nvt	
Deka	Spaar voor het tweede kaartje gratis voor het grote kerstcircus	49 t/m 52	Geen	Nvt	
Jumbo	Formule 1 kaarten	19 t/m 22	Geen	Nvt	
Jumbo	Spaar voor extra's en dagje uit	Hele jaar	Bonduelle, Grand Italia, Jumbo filet americain, Heks'n kaas, Unox Cup-a-	Nee	Nee

[75] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

			soup, Becel pro active, Coca-Cola, Klene, Jean Balmont, Jumbo: (fruitpotjes, mozzarella, plantaardige houdbare drinks, verse soeppakketten, quaker granola's)		
Plus	Spaar voor de leukste uitjes	15 t/m 22	Sultana, Slimplie, Honig, Pampers, PLUS verspakketten	Nee	Nee
Vomar	Spaar voor 50% korting op AZ tickets	31 t/m 39	Geen	Nvt	
Vomar	Spaar voor Walibi ticket	28 t/m 34	Geen	Nvt	
			Winacties		
Albert Heijn	Maak kans op tickets voor de World Padel Tour	40	AA[76]	Nee	Nee
Albert Heijn	Raak maak kans op dagje uit	25 t/m 38	RAAK[77]	Nee	Nee
Albert Heijn	Vindt het gouden ticket en maak kans op prijzen	37 t/m 39	Geen	Nvt	
Albert Heijn	Win 1 jaar gratis Côte d'Or Chocolade	7 t/m 18	Côte d'Or	Nee	Nee
Albert Heijn	Win kaarten voor M&M's film experience	39 t/m 44	M&M, Maltesers	Nee	Nee
Albert Heijn	Win tickets Nederland Frankrijk	36 t/m 37	Geen	Nvt	
Albert Heijn	Win tickets Nederland Griekenland	32	Geen	Nvt	
Deka	Kans op uitje voor het gezin Haribo	15 t/m 26	Haribo	Nee	Nee
Deka	Win 4 tickets voor Unox winter Efteling	44 t/m 47	Unox	Nee	Nee
Dirk	Familieweekend Liga	9 t/m 52	Liga	Nee	Nee
Dirk	Lu winter win actie	35 t/m 13 (2024)	Lu minicrackers	Nee	Nee
Dirk	Uitjes in Flevoland	22 t/m 30	Flevosap	Nee	Nee
Hoogvliet	Win 4 gratis karting tickets	13 t/m 26	Milka MMMax Reep	Nee	Nee
Hoogvliet	Knutsel een Hoogvliet vrachtwagen voor kaarten voor	18 t/m 25	Geen	Nvt	

[76] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[77] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

	Madurodam				
Jumbo	Jumbo extra's prijzen krassen	35 t/m 37	Geen	Nvt	
Jumbo	Win een kruidnootzitzak	46 t/m 48	Jumbo kruidnoten	Nee	Nee
Jumbo	Win een weekend Center Parcs bij aankoop van twee Verkade chocoladeletters	43 t/m 39	Verkade	Nee	Nee
Jumbo	Win kaarten voor M&M's film experience	39 t/m 44	M&M, Malteser	Nee	Nee
Jumbo	Winactie midweekverblijf Dormio resort	19	Geen	Nvt	

Hieronder lichten wij enkele acties nader toe:

- **Deka** – Fleur je tuin op: Klanten ontvingen één gratis zakje zaaigoed bij elke €15 aan boodschappen. Klanten konden 40 verschillende zakjes verzamelen. Bij aankoop van actieproducten ontvingen klanten een extra zakje.
- **Jumbo** – Pathé thuis voucher cadeau: Bij aankoop van 3 flessen Spa fruit 1.25L en online inleveren van de gevraagde gegevens en de kassabon ontvingen klanten een Pathé thuis voucher ter waarde van €5,99.
- **Albert Heijn** – Spaar voor gratis 2e bioscoopkaartje: Bij elke €5 euro aan boodschappen ontvingen klanten één bioscoopzegel. Met vier zegels was de kaart vol. Deze kon ingeleverd worden voor een gratis tweede bioscoopkaartje of een tweede gratis drankje of snack.
- **Plus** - Spaar voor de leukste dagjes uit: Bij elke €10 aan boodschappen ontvingen klanten een korting voucher ter waarde van €5. Deelnemende uitjes waren o.a. dierentuinen, pretparken, sauna's, musea en meer.
- **Dirk –** Win een familieweekend en andere mooie prijzen: Bij aankoop van een Liga product konden klanten de code van de verpakking online registreren en hun favoriete Liga herinnering delen. Onder alle inzendingen werden de prijzen verloot.
- **Hoogvliet** – Win vier gratis karting kaartjes: Bij aankoop van een Milka MMMax Reep konden klanten deelnemen aan de winactie voor de kartkaartjes. N.B. alleen kinderen vanaf 12 jaar zijn toegestaan op de kartbaan.

Figuur 10.6 Voorbeelden van acties gericht op ouders of het gehele gezin.



11

11 Recreatie & bioscopen

Buitenshuis kunnen kinderen met verschillende vormen van marketing in aanraking komen. Van veel vormen kan worden gezegd dat ze niet specifiek op kinderen zijn gericht, zoals algemene billboardreclame. Er zijn echter ook contexten waarvan met zekerheid kan worden gesteld dat ze veel kinderen aantrekken, namelijk: recreatievoorzieningen zoals indoor en outdoor speeltuinen en kinderfilms in bioscopen.

Om een beeld te krijgen van de vormen van voedingsreclame waarmee kinderen op locatie in aanraking kunnen komen, hebben wij verschillende locatiebezoeken afgelegd. Gelet op het relatief beperkte aantal bezoeken, is deze steekproef niet representatief voor alle recreatievoorzieningen in Nederland. Wel geeft het een beeld van de mogelijke vormen van kindermarketing op locatie.

Resultaten
De inventarisatie van reclame bij recreatie en bioscopen leverde dit jaar het volgende op:

- Dit jaar troffen we bij 8 van de 14 bezochte locaties marketing-uitingen van voedingsmiddelen aan. Dit ligt in lijn met het beeld van vorig jaar, toen er meer locaties zijn bezocht. Het ging dit jaar om 36 verschillende typen uitingen van 14 merken. Dat is meer dan vorig jaar, ondanks dat we minder bezoeken aflegden. Uitingen rond de point-of-sale zijn een aandachtspunt: hoewel dit volgens de RvV is toegestaan, zijn ze vaak ook op ruime afstand goed te zien. Slechts 3 van de 14 merken voldoen aan de voedingskundige criteria in de RvV. Slechts één daarvan staat ook in de Schijf van Vijf.
- Dit jaar is voor het eerst de categorie pannenkoekrestaurants toegevoegd aan het onderzoek. Hierbij werden bij vier van de vijf locaties reclame-uitingen gevonden.
- In drie van de zeven bezochte bioscopen zagen wij reclames voor voedingsmiddelen en horeca. Dit ligt in lijn met vorig jaar. Toen was dit bij vijf van de tien bezochte bioscopen. In totaal ging het dit jaar om reclames voor vier merken. In tegenstelling tot vorig jaar, werd er alleen reclame gevonden voor voedingsmerken, niet voor de lokale horeca.

Hierna lichten we allereerst de context, het beleid en de regels rondom marketing in recreatievoorzieningen en bioscopen toe (paragraaf 11.1). Vervolgens zoomen wij in op de resultaten van de inventarisatie (11.2).

11.1 Context, regels en beleid

Bij recreatievoorzieningen gericht op kinderen is in veel gevallen een horecavoorziening. Zowel bij indoor- als buitenspeeltuinen is er meestal een terras of uitgiftepunt waar de kinderen en hun ouders iets te eten en te drinken kunnen kopen.

Daaraan gekoppeld zijn er ook geregeld reclame-uitingen voor de producten die te koop zijn. Volgens de Reclamecode voor Voedingsmiddelen mag er alleen reclame voor voedingsmiddelen worden gemaakt bij de 'point of sale', oftewel het horeca-uitgiftepunt. Ook rondom deze zitgedeeltes wordt geregeld reclame gemaakt voor voedingsmiddelen aan de hand van borden of gesponsord materiaal, zoals prullenbakken. Wanneer het volledige terras als 'point of sale' wordt gezien, zou dit binnen de regels vallen. Er is echter meestal geen sprake van bediening op het terras. Om een beeld te geven van hoe vaak er sprake is van reclame buiten het directe uitgiftepunt, hebben we al deze vormen van reclame en promotie bij recreatievoorzieningen geïnventariseerd.

In de meeste bioscopen worden er voorafgaand aan de film reclames op het scherm getoond. Dit zijn veelal deels dia's en reclamespots. Volgens de RvV mogen er geen reclames voor voedingsmiddelen worden getoond voorafgaand aan films waarbij het publiek voor 25% of meer bestaat uit kinderen jonger dan 13 jaar. Uitzonderingen daarop zijn reclames gericht op kinderen van 7 tot 13 voor producten die voldoen aan de voedingskundige criteria.

11.2 Resultaten locatiebezoeken recreatie

Voor de inventarisatie hebben wij 14 binnen- en buitenspeeltuinen bezocht, verdeeld over 6 provincies: Zuid-Holland (4), Utrecht (3), Flevoland (2), Friesland (1), Gelderland (1), Groningen (1), Limburg (1), Noord-Brabant (1) en Noord-Holland (1). Het ging hierbij om andere locaties dan die bij de voorgaande metingen zijn bezocht. Uit de inventarisatie blijkt dat er bij 8 locaties (57%) sprake was van voedingsreclame buiten het uitgiftepunt. We hebben de reclame-uitingen ingedeeld in drie categorieën:

- Reclameborden (Posters/billboards/videoschermen);
- Gesponsord meubilair en gebruiksvoorwerpen (prullenbakken, parasols, krijtborden, menukaarthouders);
- Reclame-uitingen die onder de point of sale vallen;

In de onderstaande tabel 11.1 is weergegeven hoeveel reclame-uitingen we van elk type zijn tegengekomen. In totaal betrof het 36 reclame-uitingen bij 8 locaties. Op een aantal locaties was er dus sprake van meer dan één type marketing. In totaal ging het om 14 verschillende merken. Sommige merken maakten op verschillende wijzen reclame, dus zowel via reclameborden als gesponsord meubilair en/of bij de point-of-sale.

Tabel 11.1 type marketing geïnventariseerd bij locatiebezoeken bij recreatie gericht op kinderen

Type marketing	Aantal	Percentage
Reclameborden in de zaal (Posters/billboards/videoschermen)	8	22%
Gesponsord meubilair (prullenbakken, krijtborden etc.)	7	19%
Reclame-uitingen bij point of sale	21	58%
Totaal	**36**	
Aantal verschillende merken	**14**	

De resultaten van de inventarisatie liggen in lijn met vorig jaar: bij iets meer dan de helft van de bezochte recreatievoorzieningen is sprake van een vorm van kindermarketing (tabel 10.2). Ondanks dat er minder locaties bezocht zijn, lag het totale aantal geconstateerde uitingen hoger dan vorig jaar: 36 versus 29. Indien er dus sprake is van marketinguitingen, zijn het per locatie dus gemiddeld tussen de 2 en 3 uitingen van verschillende merken.

Tabel 11.2 Geconstateerde marketing door de jaren heen

	2021	2022	2023
Locaties bezocht	31	30	14
Locaties met voedingsmarketing	13	17	8
Marketing bij locaties	42%	57%	57%
Totaal aantal geconstateerde reclame-uitingen	**38**	**29**	**36**

Hieronder is van elke vorm van marketing weergegeven om welke merken het ging en in hoeverre het geadverteerde product in overeenstemming is met de voedingskundige criteria in de Reclamecode voor Voedingsmiddelen (RvV) en van het Voedingscentrum. Bij alle vormen van reclame geldt dat een uiting slechts één keer per locatie is meegeteld. Dus ook wanneer er op een locatie meer dan één prullenbak van een bepaald merk was, telt dat merk slechts eenmaal mee. Wanneer het merk bij meerdere locaties dezelfde vorm van promotie maakte, staat tussen haakjes bij hoeveel locaties dit het geval was.

Reclameborden

In veel recreatievoorzieningen zijn er reclameborden voor beschikbare producten ook buiten de horecazone, c.q. het uitgiftepunt geplaatst.

Tabel 11.3 Reclameborden in de zaal (Posters/billboards/videoschermen)

Merk	RvV	Schijf van Vijf
Aviko	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Douwe Egberts	Ja	Ja
Lays	Ja	Nee
Lipton[78]	Nee	Nee
Pepsi Max[79]	Nee	Nee
Slushy Jack's	Ja	Nee
Sourcy[80]	Nee	Afh. v. prod.
Thirty Six Bistro	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.

[78] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[79] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[80] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Figuur 11.1 **Voorbeeld van een reclamebord in de zaal**



Gesponsord meubilair

Leveranciers van voedingsproducten leveren ook geregeld nuttige gebruiksvoorwerpen voor de uitbaters, zoals krijtborden om aankondigingen op te doen of prullenbakken. Op deze objecten is dan meestal het merk van de leverancier afgedrukt. Vooral prullenbakken van Ola zijn op meerdere locaties te zien.

Tabel 11.4 Gesponsord meubilair en gebruiksvoorwerpen (prullenbakken, krijtborden, etc.)

Merk	RvV	Schijf van Vijf
Chocomel	Nee	Nee
Coca-Cola zero[81]	Nee	Nee
Ola (4)	Afh. v. prod.	Nee
Pepsi[82]	Nee	Nee

[81] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[82] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Figuur 11.2 Voorbeelden van gesponsord meubilair



Reclame-uitingen bij de point of sale

In en rondom de point of sale bij de horecavoorzieningen zijn ook geregeld merknamen en logo's te zien. Officieel is het toegestaan om reclame te maken voor producten bij de point of sale. Aangezien veel van deze reclame uitingen ook van verre afstand al te zien zijn, hebben we deze toch in het rapport opgenomen. Zo zijn merknamen op parasols of aanbiedingen op tv-schermen ook van ruime afstand goed te herkennen. Elk merk is een keer in de tabel opgenomen, waarbij sommige merken bij meerdere locaties en soms zelfs meerdere keren bij één locatie reclame maakten op de point of sale. Dit jaar zagen we veel koelkasten en diepvriezen bij de point of sale, met daarop prominent de merknaam van een product.

Figuur 11.3 Voorbeelden van reclame-uitingen bij point of sale



Tabel 11.5 Reclame-uitingen bij point of sale

Merk	RvV	Schijf van Vijf
Chocomel	Nee	Nee
Coca-Cola (2)[83]	Nee	Nee
Douwe Egberts	Ja	Ja
Lipton (2)[84]	Nee	Nee
M&M's (3)	Nee	Nee
Ola (7 algemeen, 1 Cornetto, 1 Magnum)	Afh. v. prod.	Nee
Pepsi Max[85]	Nee	Nee
Remia	Nee	Nee
Unox	Nee	Nee

11.3 Resultaten locatiebezoeken pannenkoekrestaurants

Er zijn in het kader van het onderzoek vijf pannenkoekrestaurants bezocht in de provincie Zuid-Holland (4) en Noord-Holland (1). Bij deze locaties is er gekeken of er op de locatie reclame werd gemaakt voor voedingsmiddelen en in hoeverre deze voldoen aan de RvV en de Schijf van vijf. Bij vier van de vijf bezochte pannenkoekrestaurants werden uitingen van voedingsreclame gevonden. De resultaten zijn in onderstaande tabel gepresenteerd. Alle reclame-uitingen werden gevonden op de point of sale. Hoewel dit volgens de reclamecode wel is toegestaan, worden ze hieronder toch benoemd.

Tabel 11.6 Reclame-uitingen bij pannenkoekrestaurants

Type marketing	Aantal	Percentage
Gesponsord meubilair	6	50%
Reclamebord/ posters	6	50%
Totaal	**12**	

[83] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[84] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[85] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Tabel 11.7 Reclame-uitingen bij pannenkoekrestaurants

Merk	Type reclame	RvV	Schijf van Vijf
Chocomel	• Posters/ billboards/ videoschermen • Gesponsord meubilair	Nee	Nee
Coca-Cola[86]	Posters/ billboards/ videoschermen	Nee	Nee
Douwe Egberts	• Gesponsord meubilair • Posters/ billboards/ videoschermen	Nee	Nee
Grolsch	Posters/ billboards/ videoschermen	Nee	Nee
Limoncello	Gesponsord meubilair	Nee	Nee
Ola	Gesponsord meubilair	Afh. v. prod.	Nee
Sanissimo	• Posters/ billboards/ videoschermen • Gesponsord meubilair	Nee	Nee
Snickers	Posters/ billboards/ videoschermen	Nee	Nee
Spa[87]	Gesponsord meubilair	Nee	Afh. v. prod.

Figuur 11.7 Voorbeelden reclame-uitingen bij pannenkoekrestaurants



11.4 Resultaten locatiebezoeken bioscopen

Er zijn in het kader van het onderzoek in totaal zeven bioscopen bezocht in twee verschillende provincies (Zuid-Holland en Limburg). Voor dit onderzoek zijn zowel kleinere bioscopen als grotere bioscoopketens bezocht. Bij deze bioscopen is gekeken of er voorafgaand aan de film reclame voor voedingsmiddelen werden getoond op het scherm. Daarbij werd alleen naar kinderfilms gekeken, geschikt voor alle leeftijden en in het Nederlands gesproken (c.q. nagesynchroniseerd).

[86] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[87] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Bij drie van de zeven bioscopen gingen er reclames voor voedingsmiddelen en horeca vooraf aan de kinderfilm. Van de in totaal vijf reclame-uitingen, betrof het in alle gevallen reclames voor producten. In de alle gevallen waren dit producten die niet voldeden aan de voedingskundige criteria in de RvV. In de onderstaande tabel 10.8 is weergegeven welke producten tijdens de bezoeken aan locaties op het scherm zijn gezien.

Tabel 11.8 Reclames op het scherm in bioscopen voorafgaand aan kinderfilms

Merk (product)	RvV	Schijf van Vijf
Lipton (2x)[88]	Nee[89]	Nee
M&M's	Nee	Nee
Taksi[90]	Nee	Nee
Gimme Candy	Nee	Nee

[88] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[89] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[90] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

12

12 Sportevenementen

Sportevenementen worden veelvuldig door verschillende voedingsmerken gesponsord. Dat geldt vooral voor evenementen voor volwassenen, maar mogelijk ook voor de evenementen die (al dan niet in het verlengde van grotere evenementen) voor kinderen worden georganiseerd.

Resultaten

- Dertien van de vijftien bezochte sportevenementen werden gesponsord door 38 verschillende merken. Dit is een toename in vergelijking tot vorig jaar, toen er bij dertien van de twintig bezochte sportevenementen sponsoring plaatsvond, door 26 verschillende merken.
- Evenals voorgaande jaren voldeden de producten van een deel van deze merken niet aan de voedingskundige criteria in de RvV (10) en staan ze ook niet in de Schijf van Vijf(14). Zes producten voldeden wel aan de voedingskundige criteria van de RvV en bij 3 was het afhankelijk van het product. Vier producten voldeden aan de Schijf van 5 en bij twee was dit afhankelijk van het product. .
- Daarnaast was er ook sprake van achttien keer sponsoring door winkels en horeca.

Hierna lichten we allereerst de context, het beleid en de regels rondom sponsoring van sportevenementen toe (paragraaf 12.1). Vervolgens zoomen wij in op de resultaten van de inventarisatie (12.2).

12.1 Context, regels en beleid

In de RvV is opgenomen dat reclame voor voedingsmiddelen gericht op kinderen tot en met 12 jaar is toegestaan wanneer deze tot stand is gekomen in samenwerking met de overheid en/of een andere erkende autoriteit op het terrein van voeding, gezondheid en/of beweging. Onder ‘erkende autoriteit’ vallen nationale en internationale erkende autoriteiten. Voorbeelden hiervan zijn de overheid zelf (zoals VWS, EZK, SZW), het Voedingscentrum, het Nationaal Instituut voor Sport en Bewegen, NOC*NSF en zorgfondsen. Ook internationale en Europese autoriteiten vallen hieronder, zoals de Wereld Gezondheidsorganisatie en de Europese Commissie.

Individuele sportbonden en (al dan niet gesubsidieerde) organisatoren van sportevenementen worden niet specifiek genoemd in de definitie van ‘erkende autoriteit’. Aangenomen mag worden dat alle bonden die zijn aangesloten bij NOC*NSF hier in ieder geval wel onder vallen.

In dit hoofdstuk behandelen we alle sportevenementen op dezelfde wijze, zonder de vraag te stellen of ze tot stand zijn gekomen ‘in samenwerking met een erkende autoriteit op het gebied van beweging’. Deze keuze hebben wij gemaakt om discussie te voorkomen over de vraag of de organisatie van een evenement wel of niet een ‘erkende autoriteit’ is. Wij gaan ervan uit dat het bij alle sportevenementen voor

kinderen onwenselijk is om reclame te maken voor ongezonde producten. Dit geldt ook bij evenementen die zijn georganiseerd in samenwerking met een sportbond of andere autoriteit.

12.2 Resultaten inventarisaties

Gedurende het jaar hebben we 15 sportevenementen gericht op kinderen in zeven provincies (Zuid-Holland, Noord-Holland, Noord-Brabant, Utrecht, Flevoland, Gelderland en Overijssel) bezocht. Dit waren evenementen die draaiden om de volgende sporten:

- Atletiek (hardlopen, 9x)
- Evenement met diverse activiteiten (1x)
- Viking run (1x)
- Wielersport (2x)
- Watersporten (1x)
- Zeilen (1x)

Uit deze inventarisatie blijkt dat er bij dertien van de vijftien bezochte evenementen sprake was van een vorm van voedingsreclame. Daarbij ging het om 37 verschillende merken, waarvan 19 productmerken en 18 winkels of horecagelegenheden. Daarnaast werden er op drie evenementen snoep en limonade of fruit uitgedeeld. Van deze producten waren de merken niet te zien.

De hoeveelheid aangetroffen voedingsreclame is een forse toename ten opzichte van vorig jaar. Ook toen werd er bij 13 evenementen voedingsreclame aangetroffen, maar toen voor 26 merken. Dat is opvallend omdat er vorig jaar twintig sportevenementen zijn bezocht en dit jaar vijftien. Er is geen duidelijk aanwijsbare reden voor deze toename. Daarbij kan wel worden opgemerkt dat meerdere van de bezochte evenementen een deel voor volwassenen/gezinnen hadden en een apart deel voor kinderen. De sponsoring was daarbij echter ook bij de kinderevenementen prominent aanwezig

Tabel 12.1 Overzicht reclamevorm bij sportevenementen

Overzicht sportevenementen	**2023**
Aantal evenementen bezocht	15
Aantal evenementen zonder voedingsreclame	2
Aantal evenementen met voedingsreclame	13
▪ *Billboards/posters*	*17*
▪ *Reclame-uitingen op videoschermen*	*8*
▪ *Uitdelen van producten*	*10*
▪ *Merchandise*	*1*
▪ *Gesponsord meubilair*	*8*
Aantal verschillende merken	37

In tabel 12.2 zijn de geïnventariseerde vormen van voedingsreclame bij sport-evenementen samengevat. Daarbij is ook aangegeven in hoeverre het product van de sponsor voldoet aan de voedingskundige criteria in de RvV en of het in de Schijf van Vijf staat. Enkele afbeeldingen van de merken zijn weergegeven in figuur 12.1.

Tabel 12.2 Voedingsreclame producten gekoppeld aan sportevenementen

Merk (product)	Sportevenement	Type reclame	RvV	Sv5
AA-Drink	Marathon Rotterdam	Reclameborden/ posters	Nee	Nee
Bodega Norton	Santarun Voorburg	Gesponsord meubilair	Nee	Nee
Brand	Warandaloop	Gesponsord meubilair	Nee	Nee
Chiquita bananen	Marathon Brabant	Product uitgedeeld	Ja	Ja
Coffee For Everyone	Warandaloop	Reclame op videoschermen	Ja	Ja
Cristaline bronwater	Dikke bandenrace Steenbergen	Producten uitgedeeld	Ja	Ja
Doubdle	Warandaloop	• Reclame op videoschermen • Product uitgedeeld	Ja	Nee
Goudse kaas	Santa run Gouda	Reclameborden/ posters	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Grenade	Strong Viking Family Run	• Reclameborden/ posters • Producten uitgedeeld	Afh. v. prod.	Nee
Haribo	Strong Viking Family Run	• Reclameborden/ posters • Gesponsord meubilair • Producten uitgedeeld	Nee	Nee
Heineken	Halloween Run Almere	Gesponsord meubilair	Nee	Nee
Herbalife	Strong Viking Family Run	Reclameborden/ posters	Niet beoordeeld	Nee
Lindahl's	Singelloop Utrecht	• Reclameborden/ posters • Gesponsord meubilair	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
M&M	Stadsspelen Den Haag	Gesponsord meubilair	Nee	Nee
Melkunie Protein Coffee	Strong Viking Family Run	• Reclameborden/ posters • Producten uitgedeeld	Ja	Ja
Punselie's	Santa run Gouda	Producten uitgedeeld	Nee	Nee
Sportwater[91]	Mini Marathon Zuid	Producten uitgedeeld	Nee	Nee
Warsteiner 0.0	Strong Viking Family Run	• Reclameborden/ posters • Producten uitgedeeld	Nee	Nee
Wicky[92]	Marathon Brabant	Producten uitgedeeld	Ja	Nee

Bij een van de evenementen, de Stadsspelen was een deel van het evenement binnen. Hierbij kwamen de bezoekers, zowel kinderen als ouders, langs een de kantine waar verschillende alcoholpromoties zichtbaar waren. Deze horecagelegenheid telt niet

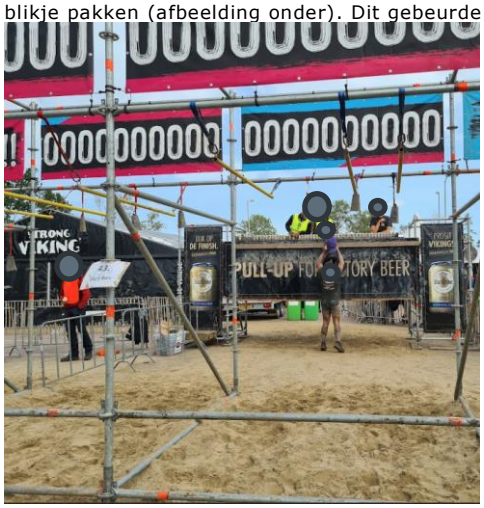
[91] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[92] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

mee als sponsoring van het evenement, omdat deze een permanente aanwezigheid heeft. Maar via het evenement konden kinderen wel in aanraking komen met de alcoholreclame in deze horecagelegenheid.

Figuur 12.1 Foto's genomen bij de sportevenementen



NB: bij één van de evenementen werden deelnemers aangemoedigd om een gratis blikje alcoholvrij bier van een balk te pakken. Verschillende ouders lieten hun jonge kinderen dit blikje pakken (afbeelding onder). Dit gebeurde ook in 2022 bij hetzelfde evenement.



Ook waren er winkels en horecazaken die reclame maakten op kinderevenementen. In tabel 12.3 zijn de geïnventariseerde vormen van voedingsreclame voor winkels en horeca bij sportevenementen samengevat. Bij al deze organisaties geldt dat het per aangeboden/verkochte product kan verschillen in hoeverre het product voldoet aan de voedingskundige criteria in de RvV en/of in de Schijf van Vijf staat. Enkele afbeeldingen van de merken zijn weergegeven in figuur 12.2.

Figuur 12.2 Foto's genomen bij de sportevenementen van voedingsreclame horeca of winkels



Tabel 12.3 Voedingsreclame winkels & horeca gekoppeld aan sportevenementen

Merk (product)	Sportevenement	Type reclame
1723	Santarun Voorburg	Reclameborden/ posters
Albert Heijn	Marathon Brabant	• Reclameborden/ posters • Reclame op videoschermen
Bakker Floor van Lieshout	Warandaloop	Reclame op videoschermen
Bistro Vincent	Marathon Brabant	Reclame op videoschermen
Central Park	Santarun Voorburg	Reclameborden/ posters
Cookaholics	Warandaloop	Reclame op videoschermen
De Hopkamer	Santarun Voorburg	Reclameborden/ posters
Grand Café the Buttler	Marathon Brabant	Reclame op videoschermen
Hema[93]	Halloween Run Almere	Gesponsord meubilair
Het Witte Paard	Marathon Brabant	Reclame op videoschermen
Jumbo	• Stadsspelen • Dikke banden race Deventer	• Reclameborden/ posters • Items uitgedeeld
Klink	Santarun Voorburg	Producten uitgedeeld
La Cubanita	Santarun Voorburg	Reclameborden/ posters
Le Bar Quichon	Santarun Voorburg	Reclameborden/ posters
Meatpoint bar en brasserie	Santarun Voorburg	Reclameborden/ posters
Pension Homeland	Amsterdam Water Week & Optimist on Tour	Reclameborden/ posters
Shai's catering	Stadsspelen	Reclameborden/ posters
The River	Santarun Voorburg	Reclameborden/ posters

[93] Het is niet zeker of Hema een officiële sponsor van het evenement was. Wel werd het evenement aangegrepen voor promotie van de eigen producten.

Naast de merken die direct aan het evenement te koppelen waren, zagen wij bij een aantal evenementen reclame voor voedingsmerken in de omgeving. Deze waren echter niet direct aan het sportevenement zelf gekoppeld en daarom niet meegenomen in de inventarisatie. Het ging bijvoorbeeld om algemene reclame op straat in de buurt van het evenement. Ook waren er enkele reclame-uitingen die standaard bij de locatie horen waar het evenement werd georganiseerd, bijvoorbeeld reclameborden op een sportterrein.

13

13 Analyse en conclusies

In dit afsluitende hoofdstuk analyseren wij de verzamelde gegevens integraal en trekken enkele conclusies op basis van de resultaten van de monitor van 2023. Allereerst trekken wij enkele algemene conclusies (paragraaf 13.1) en vervolgens afzonderlijk voor de inventarisatie van de media (13.2) en de fysieke omgeving (13.3). We sluiten het hoofdstuk af met enkele aandachtspunten (13.4).

13.1 Algemene conclusies

De belangrijkste conclusies uit deze editie van de Monitor Kindermarketing voor Voedingsproducten zijn de volgende:

- Evenals voorgaande jaren zien wij dat reclame voor voedingsmiddelen kinderen kan bereiken via verschillende kanalen. Deels lijken dit bewuste en deels onbewuste keuzes van de producenten.
- De marketing waarmee kinderen in aanraking kunnen komen is veelal voor producten die zich volgens de Reclamecode voor Voedingsmiddelen (RvV) waarschijnlijk niet op kinderen mogen richten en niet in de Schijf van Vijf staan.
- Er is een afname van reclame gericht op kinderen via reguliere kindertelevisie, advertenties op kindgerichte websites, en advertenties rondom video's op YouTube. Ook worden er minder actieproducten betrokken bij supermarktacties gericht op kinderen.
- Er is meer voedingsreclame gezien op via sociale media Youtube, TikTok en Instagram, bij recreatielocaties en bij sponsoring van sportevenementen.

Voedingsreclame bereikt kinderen mogelijk bewust en onbewust

Evenals in de voorgaande jaren kunnen wij concluderen dat kinderen tot 13 jaar oud op verschillende manieren in aanraking kunnen komen met reclame voor voedingsmiddelen.

Deels komt dit voort uit bewuste keuzes van voedingsfabrikanten, bijvoorbeeld in de vormgeving van verpakkingen en producten, door reclame te maken recreatievoorzieningen, door sponsoring van sportevenementen en door samenwerking met bepaalde influencers waarvan het bekend is dat zij een bereik onder jonge kinderen hebben.

Daarnaast zijn er situaties waar reclame gericht op kinderen door reclame gericht op volwassenen heen loopt. Zo lijkt het programmeren van reclames na afloop van kinderprogramma's een logische aanpak om gericht kinderen te bereiken. In dergelijke reclameblokken zien wij echter ook commercials voor producten die kinderen in mindere mate aanspreekt, zoals koffie en supermarkten. Hetzelfde zien wij bij advertenties op websites voor kinderen die voor kinderen zelf niet relevant lijken. Kinderen komen zo in aanraking kunnen komen met advertenties die waarschijnlijk niet voor hen bestemd zijn. In dergelijke gevallen is er dus mogelijk sprake van onbewuste kindermarketing.

Het onderscheid tussen kindermarketing en marketing gericht op een ouder publiek (jongeren en volwassenen) is dus niet altijd goed te maken. Ook in media en locaties die niet primair op kinderen zijn gericht zien wij advertenties voor producten die voor kinderen wel interessant zijn, zoals snoep, frisdrank en chips. Het gaat dan vooral om televisie en sociale media, die grijsgebieden blijven waarbij het niet met zekerheid te zeggen is of een adverteerder zich bewust of onbewust op jonge kinderen richt. Hetzelfde kan gezegd worden van bepaalde sportevenementen.

- Sociale media: kinderen maken veelvuldig gebruik van sociale media die volgens de gebruiksvoorwaarden voor een oudere doelgroep bestemd zijn. Via deze sociale media zien we populaire influencers op YouTube, Instagram en TikTok zowel bewust als onbedoeld reclame maken voor verschillende voedingsmiddelen.
- Televisie: wij zien geregeld voedingsreclames op televisie in reclameblokken die niet specifiek op kinderen lijken afgestemd. Deze reclames zien wij aansluitend aan kinderprogramma's, voorafgaand aan niet-kindgerichte uitzendingen en rondom veelbekeken familieprogramma's. Bij deze programma's is het aandeel van de kijkers jonger dan 13 jaar minder dan 25%. Daarmee is het volgens de regels geen kindermarketing. Desondanks komen de reclames wel terecht bij een aanzienlijk aantal jeugdige kijkers.
- Sportevenementen: grote publieksevenementen hebben vaak onderdelen voor kinderen, jongeren en volwassenen. De sponsors die zich op volwassenen (mogen) richten, worden ook gezien door kinderen. Bij verschillende van dergelijke evenementen is het aandeel kinderen onder de 13 waarschijnlijk minder dan 25%. Hier maken sommige fabrikanten gebruik van om hun producten toch richting kinderen te kunnen promoten, ook wanneer het gaat om snoep en chocoladeproducten, die eigenlijk niet richting kinderen geadverteerd mogen worden.

De meeste reclame is voor ongezonde producten

Net als alle voorgaande jaren zien we dat van alle reclames die wij voor deze monitor hebben geïnventariseerd een minderheid voldoet van de geadverteerde producten aan de voedingskundige criteria in de RvV. Een nog kleiner deel staat in de Schijf van Vijf van het voedingscentrum. Daarbij moet wel worden opgemerkt dat het niet altijd bekend is hoe de exacte doelgroep van de geïnventariseerde reclames is samengeteld. In veel gevallen (bijvoorbeeld bij sociale media) zal het aandeel jonger dan 13 jaar oud kleiner zijn dan 25%. In dergelijke gevallen zijn de bepalingen rondom kindermarketing in de RvV niet van toepassing.

Deels afname van reclame…

Rondom kinderprogramma's op televisie zijn nog steeds reclames, maar in vergelijking met het begin van dit decennium is het aantal reclames beperkt te noemen. In vergelijking met vorig jaar is er rondom de reguliere programmering voor kinderen een duidelijke afname van 61 reclames (-35%) .

Ook YouTube heeft maatregelen genomen om gerichte advertenties voor voeding aan kinderen tegen te gaan. Aan gebruikers onder de 18 jaar wordt nauwelijks reclame getoond voor (ongezonde) voedingsproducten via de dor YouTube zelf geplaatste preroll en midroll ads en via banners.

Daarnaast zien wij een afname van merken die betrokken zijn bij kindgerichte supermarktacties. De acties zijn nu veelal algemeen ("bij besteding van 10 euro…") in plaats van productgericht ("extra zegels/stickers bij aankoop van product X"). Slechts bij 4 van de 22 supermarktacties gericht op kinderen waren er dit jaar voedingsmiddelen betrokken. Vorig jaar ging dat om 6 van de 16 supermarktacties. Ook zagen wij dit jaar geen voorbeelden meer van supermarkten die speelgoed weggaven met sponsormerken op. In eerdere jaren zagen wij bijvoorbeeld bouwstenen en miniatuur-boodschappen met daarop de merknamen van ijs- of frisdrankproducenten gedrukt[94].

Het aantal reclame-uitingen op kindgerichte websites is bijna gehalveerd (390 dit jaar, 697 vorig jaar) ten opzichte van vorig jaar. Deze afname is te zien bij vrijwel alle websites die we dit jaar meegenomen hebben in deze monitor. Desondanks kunnen kinderen wel nog steeds dagelijks in aanraking komen met voedings- en alcoholreclames via banners op websites.

…en deels toename van reclame

Vooral via influencers op sociale media zien wij steeds meer voedingsmerken voorbij komen. Het gaat grotendeels om niet-gesponsorde berichten. Maar ook deze posts kunnen een vorm van promotie voor merken zijn, wanneer volgers dezelfde producten en merken willen gebruiken als hun favoriete influencers. Ook zet de trend van influencers met een eigen merk door en zien wij langdurige partnerships tussen influencers en bepaalde merken. Deze meer langdurige vormen van promotie zijn duidelijk zichtbaar in de aantallen berichten met een bepaald merk, maar vaak voorzien de influencers deze posts niet van de juiste labels of hashtags zodat het voor iedereen duidelijk is dat het om reclame gaat.

Daarnaast zagen wij een toename van voedingsmarketing via de volgende kanalen:

- Sponsoring van sportevenementen voor kinderen door voedingsmerken. Dit jaar was er sprake van sponsoring bij 13 van de 15 bezochte evenementen, met in totaal 37 verschillende merken. Vorig jaar was dit bij dertien van de twintig het geval, met 26 verschillende merken.
- Meer reclame bij recreatievoorzieningen: hoewel het aandeel voorzieningen met reclame even groot was als vorig jaar (57% van de bezochte locaties), lag het aantal verschillende reclame-uitingen hoger (36 versus 29, bij minder bezochte locaties).

Het is niet aan te geven hoe de toe- en afnames zich tot elkaar verhouden. Het gaat om verschillende vormen van reclame, met een verschillend bereik. Het is daarbij niet bekend hoeveel kinderen in aanraking komen met een bepaald type reclame. Zo is van de Social Media kanalen van influencers niet bekend hoeveel procent van de volgers onder de 13 zijn. Hetzelfde geldt voor het bezoeken van kinderwebsites. Of de toename van voedingsreclame-uitingen op Social Media daarom meer of minder impact heeft dan de afname van voedingsreclame-uitingen via televisie is dus niet te zeggen.

[94] NB: dit jaar zijn de supermarktacties gedurende een kortere periode bijgehouden, mogelijk heeft dit de resultaten vertekend.

13.2 Conclusies media-inventarisatie

Dit jaar hebben wij de volgende media geïnventariseerd:

- televisiereclames,
- websites van voedingsfabrikanten,
- sociale media van voedingsfabrikanten (Facebook, Instagram en TikTok),
- vlogs/video's op YouTube,
- posts en stories op Instagram,
- posts op TikTok.

Op basis hiervan hebben wij een zo breed mogelijk beeld gekregen van de voedingsreclames waarmee kinderen via deze (in meer of mindere mate) kindgerichte media in aanraking kunnen komen.

Televisie: reclame tijdens kindertelevisie neemt af, wel meer tijdens programma's en incidentele films blijven een aandachtspunt

Rondom reguliere kinderprogramma's is het aantal reclames voor voedingsmiddelen afgenomen (van 172 in 2022 naar 111 in 2023) . Op NPO Zapp werd alleen na afloop van de kinderprogrammering 66 voedingsreclames uitgezonden. Op RTL 4 werden wel vijftien voedingsreclames gedurende de kinderprogramma's getoond en 45 na afloop. Op de kinderzenders Disney, Disney XD en Nickelodeon waren het hele jaar geen voedingsreclames.

Evenals vorig jaar signaleren we een aandachtspunt bij kinder- en animatiefilms op zenders die doorgaans geen kindertelevisie uitzenden. Zo werden veel reclames voor voedingsmiddelen geregistreerd rondom kinderfilms die gedurende de feestdagen op Net 5 en SBS 6 en 9 werden getoond. Rondom de tien best bekeken programma's door kinderen tussen 6 en 12 jaar oud waren er twee programma's met reclame voor voedingsmiddelen voor, tijdens of na het programma. In totaal ging dit om 30 voedingsreclames.

Websites: nog steeds deels kindgericht, afnemende hoeveelheid reclame op kindersites

Van de 118 bekeken websites van voedingsproducenten lijken 21 zich (mede) op kinderen te richten, dat is een daling van 2 ten opzichte van vorig jaar. Dit blijkt uit het taalgebruik, het aanbieden van materiaal voor spreekbeurten en/of de mogelijkheid om spelletjes te spelen of (animatie)video's te kijken. Aanvullend hadden 4 websites een voor kinderen aantrekkelijke vormgeving (3 minder dan vorig jaar), zonder dat de website inhoudelijk op kinderen gericht leek.

Kinderen konden ook dit jaar weer veelvuldig met advertenties voor voedingsproducten in aanraking komen via kindgerichte websites (spelletjessites, kindertube, etc.). Via 10 van de 13 meest bezochte websites werd door 139 verschillende voedingsmerken geadverteerd. Dit was een afname van 126 (48%) ten opzichte van vorig jaar. Een meerderheid van deze producten voldeed niet aan de RvV en stond niet in de Schijf van Vijf.

Sociale media van producenten: beperkt gericht op kinderen

Gezien de gebruiksvoorwaarden van de grote sociale media, zijn sociale media formeel geen kindgerichte omgeving. Desondanks zien we dat de sociale media van voedingsfabrikanten in een aantal gevallen als een 'verlengstuk' werken van de website of andere vormen van reclame. Van de 180 bekeken sociale mediapagina's van producenten op Facebook, Instagram en TikTok leken 13 zich te profileren richting kinderen. Deze pagina's waren van acht verschillende merken (twee minder dan vorig jaar). Dit lijkt dus nauwelijks een aandachtspunt. Dit jaar is voor het eerst ook TikTok meegenomen in de inventarisatie. Dit leverde echter maar één relevante adverteerder op die zich via TikTok ogenschijnlijk op kinderen richt.

YouTube: afname in advertenties door beleid YouTube, wel meer directe reclame door influencers

Dit jaar is er weer veel aandacht besteed aan reclame via YouTube. Dit is immers één van de meest populaire sociale media onder jongeren en kinderen. Dit jaar was er zowel een enorme stijging te zien in het aantal video's dat één of meerdere voedingsmerken in beeld bracht (+354, +62%) als in het aantal unieke voedingsmerken (+669, +224%).

Deze toename zit vooral in video's waarbij er waarschijnlijk geen sprake is van sponsoring van het product, maar het merk wel zichtbaar in beeld kwam. Ook het aantal video's waarbij de merken zichtbaar zijn en er mogelijk sprake is van sponsoring nam toe. De toenames hangen wellicht samen met het wijzigen van de selectie van YouTubers die wij voor deze monitor volgen.

Door actief beleid van YouTube zien minderjarigen niet of nauwelijks nog reclames voor voedingsmiddelen voorafgaand aan YouTube video's of in banners over en/of naast video's, wat een vergelijkbaar resultaat is met vorig jaar.

Instagram: veel meer reclame door het kijken naar stories

Dit jaar werd er bij Instagram voor het eerst zowel naar de reguliere posts als stories gekeken. Hierdoor nam het aantal posts met zichtbare voedingsmerken toe van 496 in 2022 naar 1482 in 2023. Het aandeel reguliere posts met voedingsmerken was op een vergelijkbaar niveau als vorig jaar (11% dit jaar, ten opzichte van 13% vorig jaar). Het aandachtspunt dat influencers betaalde samenwerkingen niet altijd duidelijk (of helemaal niet) aangeven blijft ook dit jaar van toepassing.

TikTok: kleine afname betaalde reclame, toename van merken prominent in beeld zonder vermelding

Het totaal aantal posts met vermeldingen van voedingsmerken (296) ligt in lijn met vorig jaar. In 2023 zagen we in bijna 8% van de posts een voedingsmerk in beeld. Vorig was dit bijna 7%. Wel is vorm waarin de producten in beeld waren anders: het aandeel duidelijk gesponsorde posts (met #ad of vergelijkbaar) nam af van 31% van de posts met voedingsmerken tot 11%. Dit komt mede doordat de meest actieve adverteerder van de afgelopen jaren (Bang Energy) vrijwel geen reclame meer heeft gemaakt via Nederlandse TikTokers. Daarentegen nam het aandeel posts met een merk duidelijk weergegeven, zonder vemelding van eventuele reclame fors toe, van ruim 10% tot bijna 39%. Een deel van deze posts betrof waarschijnlijk ook een betaalde samenwerking.

13.3 Conclusies inventarisatie fysieke omgeving

Nauwelijks voedingsreclame via scholen en kinderopvang, wel via sportclubs

Kinderen kunnen geregeld in contact komen met voedingsreclame op de locaties waar ze veel tijd doorbrengen. Zo komt sponsoring door voedingsproducenten veelvuldig voor bij sportverenigingen, namelijk bij 71% van de respondenten van onze enquête. Daarbij ging het veelal om lokale horeca, fastfood bedrijven en supermarkten. Ook de kantine is daar een plek waar kinderen in aanraking kunnen komen met voedingsmiddelen.

Daarnaast komen kinderen ook op school in aanraking met voedingsmiddelen, aangezien veel scholen iets van eten of drinken of daaraan gerelateerde activiteiten aanbieden. Daarbij is echter nauwelijks sprake van voedingsreclame of sponsoring, met uitzondering van het Nationale Schoolontbijt. Ook via de kinderopvang lijken kinderen niet of nauwelijks met voedingsmarketing in aanraking te komen.

Verpakkingsmateriaal: kinderidolen zijn nog steeds niet helemaal verdwenen

Sinds 1 februari 2019 is er een regel in de RvV opgenomen dat er geen kinderidolen en/of licensed characters meer op verpakkingsmateriaal mogen worden gebruikt. Bij deze regel was een overgangsperiode opgenomen tot en met juni 2020. Sinds juli 2020 zouden dus alle (teken)filmfiguren, stripfiguren en seriepersonages van verpakkingen verdwenen moeten zijn.

Ondanks het verbod zijn er (net als in de afgelopen jaren) nog steeds licensed characters op verpakkingen gevonden. Dit jaar ging het om dertien producten, waarvan twaalf niet voldoen aan de voedingskundige criteria in de RvV en ook niet in de Schijf van Vijf staan. Bovendien zijn de gebruikte characters ook aantrekkelijk voor jonge kinderen (<7 jaar), zoals Paw Patrol en Super Mario. Het aantal gevonden producten met een licensed character is gelijk aan de vorige meting. Wel zijn er dit jaar andere licensed characters op andere producten gevonden. Elf van de dertien producten met licensed characters zijn gevonden een snoepspeciaalzaak. Het is onduidelijk in hoeverre deze producten oorspronkelijk voor de Nederlandse markt bestemd waren.

Naast de licensed characters hebben we ook een lange lijst met bedrijfseigen mascottes gevonden. Deze lijst komt grotendeels overeen met die van vorig jaar. Ook maken fabrikanten producten zoals koekjes in creatieve vormen (bijvoorbeeld dieren) waardoor ze extra aantrekkelijk zijn voor (jonge) kinderen. Deze laatste categorie is toegenomen en opzichte van vorig jaar. Eigen characters en creatieve vormgeving zijn in de RvV wel toegestaan.

Supermarkten: minder voedingsproducten betrokken bij kindgerichte acties maar meer kindgerichte acties

Er is nu al twee jaar een dalende trend in het gebruiken van actieproducten bij kindgerichte acties in de supermarkt. Vorig jaar werden bij 7 van de 16 voor kinderen aantrekkelijke supermarktacties speciale actieproducten ingezet (als spaarversneller of m iets extra's te krijgen). Dit jaar was dit bij slechts 4 van de 16 acties. Wanneer er wel producten betrokken waren bij de actie waren dat doorgaans producten die niet voldoen aan de voedingskundige criteria in de RvV en niet in de Schijf van Vijf staan.

Recreatie & bioscopen: meer reclame bij speelparadijzen en verdwijnen lokale adverteerders op bioscoopschermen

Dit jaar troffen we bij 8 van de 15 bezochte (indoor en outdoor) speeltuinen marketing-uitingen van voedingsmiddelen aan. Dit ligt op hetzelfde niveau als vorig jaar. Wel werden er meer verschillende reclame-uitingen per locatie gezien. Het ging daarbij om verschillende combinaties van gesponsord meubilair (zoals prullenbakken met daarop merknamen van ijsjes gedrukt) en posters met advertenties. Ook werd er geregeld uitdrukkelijke reclame gemaakt bij de point of sale. Hoewel dit in principe volgens de RvV wel is toegestaan, is daarin niet gespecificeerd in hoeverre point-of-sale reclame ook van een afstand zichtbaar mag zijn en een aantrekkende werking mag hebben.

Daarnaast is er dit jaar voor het eerst de categorie pannenkoekhuisjes toegevoegd. Hierbij werd bij vier van de vijf restaurants voedingsreclame gevonden. De meerderheid van de reclame-uitingen voor voedingsmiddelen voldeed niet aan de RvV of de Schijf van Vijf.

In drie van de zeven bezochte bioscopen zagen wij reclames voor voedingsmiddelen en horeca. Dit is vergelijkbaar met vorig jaar, toen bij vijf van de tien bioscopen reclame voor voedingsmiddelen gevonden werd. In tegenstelling tot voorgaande jaren, kwam deze reclame niet van lokale horecaondernemingen maar van snoep- en frisdrankfabrikanten.

Sportevenementen: opvallende toename van sponsoring

Dertien van de vijftien bezochte sportevenementen werden gesponsord door 37 verschillende voedingsmerken, waaronder veel producten die niet voldoen aan de voedingskundige criteria in de RvV en ook niet in de Schijf van Vijf staan. Dit is een forse toename ten opzichte van vorig jaar toen er bij dertien van de twintig bezochte evenementen voedingsreclame te zien was. Ook toen was er een toename te zien ten opzichte van het jaar ervoor. Er lijkt dus sprake van een stijgende trend, al zijn de aantallen bezochte evenementen betrekkelijk klein. De reden voor deze toename is niet duidelijk. Een mogelijk verklaring is dat het veelal gecombineerde evenementen waren met een deel voor volwassenen en een apart deel voor kinderen waren. De sponsoruitingen waren daarbij wel altijd zichtbaar voor de deelnemende kinderen.

13.4 Aandachtspunten vanuit inventarisatie

Vanuit de resultaten van deze editie van de monitor concluderen wij de onderstaande aandachtspunten. Deze komen grotendeels overeen met de aandachtspunten van de afgelopen jaren.

Televisiereclame ingekocht voor andere doelgroepen en gericht op het hele gezin, 25% norm is discutabel

Ondanks dat televisiezenders het aantal reclames voorafgaand en tussen kinderprogramma's hebben teruggebracht tot een zeer klein aantal, kunnen kinderen via televisie alsnog geregeld in aanraking komen met voedingsmarketing. Het belangrijkste aandachtspunt daarbij is reclamezendtijd die niet als 'voor kinderen' is geoormerkt. Deze begint vermoedelijk direct na afloop van kinderprogramma's als de

programma's daarna op een breed publiek zijn gericht. Zodoende zijn er geregeld voedingsreclames te zien direct nadat kinderprogramma's zijn afgelopen. Ook zagen wij verschillende voedingsreclames op zenders van Talpa (SBS 6, 9 en Net 5) toen zij kinder- en animatiefilms uitzonden. In tegenstelling tot RTL biedt Talpa geen apart pakket aan voor kindermarketing, waardoor vermoedelijk tijdens de films op SBS 6 en Net 5 de 'reguliere' reclame gericht op een breed publiek is getoond.

De norm dat een programma op kinderen is gericht wanneer 25% of meer van de kijkers jonger is dan 13, lijkt discutabel. Verschillende programma's en animatiefilms, die objectief als 'voor kinderen' kunnen worden beoordeeld, halen de 25% norm niet. Volgens het bereiksonderzoek bestaat het publiek van uitzendingen van het Sinterklaasjournaal, de Intocht van Sinterklaas en animatiefilms zoals 'Minions', 'Dispicable Me' en 'The Secret Life of Pets' niet altijd voor 25% of meer uit kinderen onder de 13. In absolute aantallen kan het bij deze programma's echter wel om grote aantallen jonge kijkers gaan. Groter dan de meeste programma's die wel binnen de norm van 25% vallen.

De 25%-norm wordt ook vrijwel nooit gehaald bij televisieprogramma's die zich op het hele gezin richten. Programma's zoals 'Wie is de mol?' en 'The Masked Singer' hebben een breed publiek, waaronder ook tienduizenden kinderen. De kinderen tot 13 jaar vormen echter een kleine minderheid van het totaal aantal kijkers, vaak minder dan 10%.

Bewuste en onbewuste promotie via influencers, vooral voor ongezonde keuzes

Influencers brengen via YouTube, Instagram en TikTok voortdurend voedingsmiddelen in beeld. De overgrote meerderheid daarvan zijn producten die niet in de Schijf van Vijf staan. Geregeld komen fastfood ketens of andere horecagelegenheden in beeld. Daarbij gaat het deels om sponsoring, maar in de meeste gevallen tonen de influencers de merken op eigen initiatief. Daarbij zijn er ook twijfelgevallen waarbij het niet duidelijk is of de influencer voordeel geniet (in de vorm van vergoeding of gratis producten) van het tonen van bepaalde merken.

Of de posts gesponsord zijn of niet: iedere vorm van aandacht door influencers is promotie. Jongeren (en zeker kinderen onder de 13) zijn bevattelijk voor de invloed van hun online idolen. Als zij alle gerechten van het menu van een fastfoodrestaurant bestellen, beïnvloedt dat de wens van jongeren om ook bij datzelfde restaurant te gaan eten, ook wanneer het geen betaalde advertentie is.

Verschillende influencers spelen ook zelf zakelijk in op de invloed die ze op hun volgers hebben. Ook dit jaar zien wij weer meer influencers die zelf actief betrokken zijn bij de merken die zij promoten. De merken trekken de influencers als investeerder aan en zijn daarmee gegarandeerd van aandacht van een grote groep volgers. Bij de promotie van eigen producten valt op dat de influencers de betaalde samenwerking meestal niet uitdrukkelijk benoemen. Ze gaan er schijnbaar van uit dat de kijkers weten dat het hun eigen product is en dat alle vormen van product placement dus een vorm van promotie is. Dit is echter niet zoals het in de Reclamecode voor Social Media en Influencermarketing is voorgeschreven.

Gelet op de invloed die influencers is het enerzijds van belang dat deze content creators voortdurend volledige transparantie geven over de vraag of zij betaald worden voor het tonen van het merk (of dat het gratis is gekregen). Anderzijds mogen zij zich ook bewust zijn van de impact die zij hebben op hun volgers en dat daar ook beïnvloedbare (jonge) kinderen tussen zijn.

Voedingskundige criteria RvV minder beperkend dan de Schijf van Vijf

Een jaarlijks terugkerend punt van aandacht is het feit dat de voedingskundige criteria in de RvV minder streng zijn dan de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum. De voedingskundige criteria bieden geregeld meer ruimte, bijvoorbeeld voor chips/zoutjes, maaltijden en caloriearme dranken. De meeste chips en zoutjes voldoen op basis van hun voedingswaarden aan de Schijf van Vijf, de toegestane aantallen calorieën en hoeveelheden vet en zout liggen hoger dan de criteria voor de Schijf van Vijf. Samengestelde maaltijden moeten binnen de RvV voldoen aan bepaalde waarden voor calorieën, vet, zout en suiker. Binnen deze combinatie passen ook producten die afzonderlijk niet voldoen aan de voedingskundige criteria in de RvV en niet in de Schijf van Vijf staan. Wanneer als criterium zou worden gehanteerd dat *alle* getoonde producten moeten voldoen aan criteria voor gezonde voeding (zoals de Schijf van Vijf), zouden bepaalde reclames niet meer op kinderen gericht kunnen worden.

Aanvullend hanteert ook Google (eigenaar van YouTube) eigen criteria voor welke voedingsproducten mag worden geadverteerd richting minderjarigen. Deze criteria wijken af van zowel de Schijf van Vijf als de criteria in de RvV. Dit zorgt bij elkaar voor een complex geheel en mogelijk onduidelijkheid over welke standaard adverteerders het beste kunnen aanhouden.

UNESDA-leden houden zich niet allemaal aan het verbod op kindermarketing

Frisdrankfabrikanten die zijn aangesloten bij UNESDA (hetzij direct, hetzij via de Nederlandse organisatie FWS) hebben zich eraan gecommitteerd geen marketing op kinderen tot 13 jaar te richten. Uit onze inventarisatie blijkt dat dit toch nog geregeld voorkomt. Deels komt dit doordat influencers zelfstandig besluiten om een bepaald merk in beeld te brengen, zonder dat daar sprake is van invloed van de voedingsproducent. Maar er zijn ook voorbeelden in het rapport te vinden van waarschijnlijk bewuste sponsoring door UNESDA leden. Zo hebben in ieder geval twee merken die aangesloten zijn bij UNESDA producten uitgedeeld aan kinderen bij sportevenementen.

Grijs gebied met licensed characters en creatief gevormd eten, waar producenten graag gebruik van maken

De inventarisatie van creatief gevormde voedingsproducten en het gebruik van eigen characters op voedingsproducten leverde ook dit jaar weer tientallen voorbeelden op. In tegenstelling tot het gebruik van licensed characters is dit wel toegestaan binnen de RvV. Dit is mogelijk een aandachtspunt. Want door te investeren in eigen brand characters kunnen fabrikanten van (vooral) snoep en koekjes hun verpakkingen (en dus hun producten) alsnog zeer interessant maken voor kinderen. Op de websites van een aantal van de producenten werd dan ook ingezet op het populair maken van de eigen characters, zoals de Koe van Koetjesrepen en Jimmy de Muis (Eru). Ook valt het

op dat de gebruikte karakters soms lijken op vergelijkbare karakters uit animatiefilms (zoals de dieren uit Madagascar).

Wetgeving in de maak met betrekking tot voedingsmarketing voor kinderen

De inventarisatie in deze monitor kan niet los worden gezien van de ontwikkelingen in wet- en regelgeving op het gebied van voedingsmarketing. In een brief[95] van de staatssecretaris van VWS aan de Tweede Kamer van 9 december 2022 wordt aangekondigd dat er wetgeving in de maak is om "wettelijke beperkingen te stellen aan marketing van ongezonde voedingsmiddelen gericht op kinderen en jongeren onder de 18 jaar."

In de voorgestelde wetgeving zal ook worden opgenomen dat alleen producten die voldoen aan de voedingskundige criteria van het Voedingscentrum (de Schijf van Vijf) marketing mogen richten op kinderen. De staatssecretaris is van plan om medio 2025 een wetsvoorstel over voedingsmarketing voor kinderen aan de Tweede Kamer aan te bieden.[96] Deze wetswijziging wordt "Wet tegengaan marketing gericht op kinderen van ongezonde voedingsmiddelen" genoemd. [97] Hierin zullen specifieke marketingtechnieken die gericht zijn op kinderen worden verboden voor ongezonde voedingsmiddelen. Daarnaast is de staatssecretaris ook in gesprek met de Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie, waarin is afgesproken om de Reclamecode aan te scherpen en de leeftijd naar 16 jaar te verhogen.[98]

Deze wetgeving in voorbereiding en het voornemen daarin om beperkingen te stellen aan voedingsreclame tot een leeftijd van 18 jaar zal gevolgen hebben voor verschillende vormen van reclame die in deze monitor in beeld worden gebracht. Vooral de veranderingen ten aanzien van televisie en sociale media zijn daarbij interessant.

- Televisie: als de 25%-norm wordt toegepast op kijkers tot 18 in plaats van tot 13, neemt het aantal programma's dat hierbinnen valt toe. Dit zal betekenen dat er bij minder programma's reclame voor voedingsmiddelen mag worden gemaakt. Dit zal het voor producenten wellicht ook lastiger maken om vooraf te bepalen bij welke programma's de 25%-norm wel en niet wordt gehaald. De programma's waar tieners naar kijken zijn namelijk diverser dan de kinderprogramma's waar adverteerders nu bij moeten wegblijven.
- Sociale media: er kan meer inzicht komen in de kijkers van socialemedia-posts. Tot nu toe kunnen kinderen onder de 13 geen eigen account aanmaken voor sociale media. Daarmee zijn er formeel geen kinderen tot en met 12 actief op sociale media. Al weten we in de praktijk dat dit wel het geval is. De 13 tot 18-jarigen kunnen wel een eigen account aanmaken. Daarmee wordt beter inzichtelijk hoe het kijkerspubliek van bepaalde video's en posts is samengesteld en kan er beter worden gehandhaafd op een verbod voor het maken van reclame voor bepaalde producten.
  Tevens betekent het aanmaken van een eigen account dat ook getargete reclame op Instagram en TikTok kan worden geïnventariseerd. Reclames die tussen de

[95] https://open.overheid.nl/documenten/ronl-82dfbc34a1323345cf42baf93396914874886e11/pdf
[96] https://open.overheid.nl/documenten/8a6f6317-8e93-40d5-87f2-ee7de105fff0/file
[97] https://open.overheid.nl/documenten/8a6f6317-8e93-40d5-87f2-ee7de105fff0/file
[98] https://open.overheid.nl/documenten/8a6f6317-8e93-40d5-87f2-ee7de105fff0/file

posts van de gevolgde influencers te zien zijn vielen tot nu toe buiten de scope van de monitor, omdat kinderen tot 13 jaar formeel niet actief kunnen zijn met een account. Daarmee zouden ze dus ook niet de reclames verzorgd door Instagram en TikTok kunnen zien. Op YouTube inventariseren we wel al langer de pre-roll en midroll ads en de bannerreclame, omdat deze ook zonder account gekeken moet worden om een video te zien.

Bovenstaande punten gelden ook in iets mindere mate wanneer de leeftijdsgrens in de RvV wordt verhoogd naar 16 jaar.

Het is op dit moment nog niet duidelijk in hoeverre en wanneer deze monitor in methodiek wordt aangepast op de voorgestelde wetgeving.

Bijlage 1 Aanpak en onderzoeksactiviteiten

De voedingsreclame gericht op kinderen is op verschillende wijzen geïnventariseerd. Er zijn verschillende media geïnventariseerd (deel 1) en er zijn locatiebezoeken uitgevoerd (deel 2). Hieronder worden enkele bijzonderheden bij de inventarisatie en interpretatie van resultaten beschreven deze inventarisaties zijn vormgegeven.

Inventarisatie media

In 2023 zijn verschillende vormen van media geïnventariseerd, namelijk:

- Televisie (hele jaar)
- Websites van producenten (eenmalig)
- Bannerreclame op websites (hele jaar)
- Sociale media van producenten (Facebook, Instagram, TikTok, eenmalig)
- Influencers op YouTube (hele jaar)
- Influencers op Instagram (reguliere posts: hele jaar, stories vanaf 28 mei tot en met 31 december).
- Influencers op TikTok (hele jaar)

Televisie

Reclames tijdens of tussen uitzendingen voor kinderen en sponsoring van programma's zijn geïnventariseerd via de database met uitgezonden reclames die Nielsen bijhoudt. Nielsen is een mondiaal opererend 'measurement en data analytics bedrijf' dat alle uitgezonden reclames op de belangrijkste landelijke Nederlandse televisiezenders registreert en vastlegt in een database. Per omroep hebben we voor de relevante tijdvakken de advertentiegegevens hebben gedownload uit de database.

Websites

Voor de inventarisatie van de websites is er zowel naar de sites van voedingsproducenten zelf als naar meer algemene kindgerichte websites gekeken. Hiervoor hebben wij een lijst samengesteld van 125 voedingsmerken[99]. De websites zijn beoordeeld op de mate waarin ze zich (ogenschijnlijk) op kinderen richten en in hoeverre er sprake is van voedingsreclame die al dan niet in overeenstemming is met de richtlijn van de NRC. Van websites waarbij dit het geval (leek) te zijn, is een screenshot gemaakt en nader beoordeeld op basis van de criteria in de NRC en het Voedingscentrum.

Naast de websites van voedingsfabrikanten hebben wij voor de 13 meest bezochte kindgerichte websites de advertentiegegevens gedownload uit de database van Nielsen. De informatie in deze database is samengesteld op dagelijks 'crawlen' (geautomatiseerd data verzamelen) van de 400 grootste websites in Nederland, waaronder dus 13 kindgerichte websites. Hoe vaak Nielsen een site crawlt hangt af

[99] Zie bijlage 3. Hierbij zijn wij in ieder geval uitgegaan van merken/websites die reeds in eerdere studies door de afdeling Compliance van de Stichting Reclame Code en Young Works zijn gehanteerd.

wordt bepaald door de 'audience' van een site: hoe hoger het aantal page views, hoe hoger de crawlfrequentie. Gedurende de dag en op de verschillende dagen blijft de frequentie min of meer gelijk. Daarnaast spelen de volgende factoren een rol:

- Hoeveel advertenties op elke site worden gevonden.
- Hoe dynamisch zijn de advertenties op een site.
- Hoe snel sites de content serveren.

Hoewel het aantal websites dat we via de database van Nielsen in beeld brengen betrekkelijk klein (13), geeft de database wel een completer beeld van de reclames waarmee kinderen mogelijk in aanraking komen.

Sociale media

Van de geïnventariseerde voedingsmerken is ook naar de aanwezigheid op sociale media gekeken. Specifiek is gekeken naar de uitingen op Facebook, Instagram en TikTok. De uitingen via die sociale media zijn beoordeeld op hun kindgerichtheid en in hoeverre er sprake is van voedingsreclame die al dan niet in overeenstemming is met de richtlijn van de NRC. Van sociale mediapagina's waarbij dit het geval (leek) te zijn, is een screenshot gemaakt en nader beoordeeld op basis van de criteria in de NRC en van het voedingscentrum.

Influencers op YouTube, Instagram en TikTok

We hebben voor de volgende sociale media een groot aantal Nederlandse influencers gevolgd:

- YouTube
- Instagram
- TikTok

In de posts is gekeken naar de aanwezigheid van voedingsmerken. Bovendien is op YouTube ook gekeken naar reclame die door YouTube zelf rondom de video's is geprogrammeerd. Daarnaast hebben we dit jaar voor het eerst ook dagelijks gekeken naar Instagram stories. Eventuele vormen van voedingsreclame zijn middels een screenshot vastgelegd en nader beoordeeld op basis van de criteria in de NRC en het Voedingscentrum.

Bezoeken aan sportevenementen, recreatie, pannenkoekhuizen en bioscopen

Om een beter beeld te krijgen van de aanwezigheid van eventuele op kinderen gerichte voedingsreclame, hebben onderzoekers bezoeken afgelegd aan verschillende organisaties. De onderzoeker heeft zich bij besloten voorzieningen (recreatie en bioscopen) eerst gelegitimeerd bij de organisatie alvorens de locatie te betreden om foto's te maken. Bij Sportevenementen zijn mystery visits afgelegd. De gemaakte foto's van alle locaties zijn uiteindelijk geanalyseerd en beoordeeld.

Enquête onder scholen, sportverenigingen en kinderopvang

Dit jaar is voor het eerst een enquête uitgezet onder scholen, sportverenigingen en kinderopvangen om te inventariseren in hoeverre daar sprake is van activiteiten rondom eten en drinken. Deze organisaties zijn door middel van een lijst allemaal benaderd, indien de contactgegevens beschikbaar waren. De enquêtes zijn in bijlage 2 toegevoegd.

Analyse

De analysefase bestond uit het interpreteren van alle verzamelde scans, foto's en screenshots van voedingsreclame gericht op kinderen en de input over het beleid en de ervaringen van de fysieke locaties met voedingsreclame gericht op kinderen. Dit is op een gestructureerde wijze gebeurd. Nadat alle input was verzameld, is deze door de onderzoekers beoordeeld of deze zeker, waarschijnlijk of waarschijnlijk niet aan de eisen van de Reclamecode voor Voedingsmiddelen voldoet. Dit is gedaan in de volgende stappen:



Bijlage 2 Enquêtes sportverenigingen, onderwijs en kinderopvang

Sportverenigingen

Enquête sportverenigingen
In opdracht van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport voert Panteia een onderzoek uit naar sponsoring van sportverenigingen. In deze enquête stellen wij u een aantal vragen over de (mogelijke) vormen van sponsoring van uw vereniging. Het invullen duurt 5 minuten en uw antwoorden worden anoniem verwerkt.

1. In welke leeftijdscategorieën zijn de leden van uw sportvereniging? (meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Tot 7 jaar
    b. 7-12 jaar
    c. 13-17 jaar
    d. 18 jaar en ouder

ALS 1 =NOT a, b of c --> Exit, behoort niet tot de doelgroep.

2. Welke vormen van sponsoring zijn voor uw vereniging van toepassing? (meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Vaste reclameborden/vlaggen (rond het veld/in de zaal/de baan).
    b. Tijdelijke reclameborden/vlaggen bij evenementen.
    c. Reclame op het tenue
    d. Producten of diensten die gratis/tegen korting beschikbaar worden gesteld.
    e. Vermelding van sponsors in communicatie-uitingen (website, nieuwsbrief, programmaboekje).
    f. Andere vormen van sponsoring, namelijk: […OPEN…]
    g. Wij hebben geen sponsors --> Exit, behoort niet tot de doelgroep.

Indien vraag 2 = a

3. Uit welke branche(s) zijn de sponsoren afkomstig die te zien zijn op de vaste reclameborden/vlaggen rond het veld/de zaal/de baan? [Meerdere antwoorden mogelijk]
    a. Agrarische bedrijven
    b. Industriële bedrijven
    c. Bouwbedrijven (incl. schilders, dakdekkers, gevelreinigers, etc.)
    d. Horeca (hotels, cafés, restaurants)
    e. Fast food (snackbars, cafetaria's, grillrooms, etc.)
    f. Detailhandel (eten en drinken)
    g. Detailhandel (non-food)
    h. Zakelijke dienstverlening
    i. Niet-commerciële dienstverlening

Indien vraag 2 = b

4. Uit welke branche(s) zijn de sponsoren afkomstig die in de afgelopen 6 maanden te zien waren op tijdelijke reclameborden/vlaggen rondom evenementen?
   [Meerdere antwoorden mogelijk]
   a. Agrarische bedrijven
   b. Industriële bedrijven
   c. Bouwbedrijven (incl. schilders, dakdekkers, gevelreinigers, etc.)
   d. Horeca (hotels, cafés, restaurants)
   e. Fast food (snackbars, cafeteria's, grillrooms, etc.)
   f. Detailhandel (eten en drinken)
   g. Detailhandel (non-food)
   h. Zakelijke dienstverlening
   i. Niet-commerciële dienstverlening

Indien vraag 2 = c

5. Uit welke branche(s) zijn de sponsoren afkomstig die te zien zijn op de tenues?
   [Meerdere antwoorden mogelijk]
   a. Agrarische bedrijven
   b. Industriële bedrijven
   c. Bouwbedrijven (incl. schilders, dakdekkers, gevelreinigers, etc.)
   d. Horeca (hotels, cafés, restaurants)
   e. Fast food (snackbars, cafeteria's, grillrooms, etc.)
   f. Detailhandel (eten en drinken)
   g. Detailhandel (non-food)
   h. Zakelijke dienstverlening
   i. Niet-commerciële dienstverlening

Indien vraag 2 = d

6. Uit welke branche(s) zijn de sponsoren afkomstig die uw vereniging de afgelopen 6 maanden producten of diensten gratis/met korting aanbieden?
   [Meerdere antwoorden mogelijk]
   a. Agrarische bedrijven
   b. Industriële bedrijven
   c. Bouwbedrijven (incl. schilders, dakdekkers, gevelreinigers, etc.)
   d. Horeca (hotels, cafés, restaurants)
   e. Fast food (snackbars, cafeteria's, grillrooms, etc.)
   f. Detailhandel (eten en drinken)
   g. Detailhandel (non-food)
   h. Zakelijke dienstverlening
   i. Niet-commerciële dienstverlening

Indien vraag 2 = e

7. Uit welke branche(s) zijn de sponsoren afkomstig die in de afgelopen 6 maanden te zien waren in uw communicatie-uitingen (website, nieuwsbrief, programmaboekje)?
   [Meerdere antwoorden mogelijk]
   a. Agrarische bedrijven
   b. Industriële bedrijven
   c. Bouwbedrijven (incl. schilders, dakdekkers, gevelreinigers, etc.)
   d. Horeca (hotels, cafés, restaurants)
   e. Fast food (snackbars, cafeteria's, grillrooms, etc.)
   f. Detailhandel (eten en drinken)
   g. Detailhandel (non-food)
   h. Zakelijke dienstverlening
   i. Niet-commerciële dienstverlening

Indien 3, 4, 5, 6 en/of 7 = f

8. U geeft aan dat u wordt gesponsord/gesteund door retailers van eten en drinken. Door welk type(n) winkels wordt uw vereniging gesponsord? (Meerdere antwoorden mogelijk)
   a. Bakker
   b. Chocolatier/snoepwinkel
   c. Groente/fruit/noten
   d. Kaaswinkel
   e. Koffie/thee
   f. Slager/poelier/visboer
   g. Slijter/drankenhandel
   h. Supermarkt
   i. Traiteur/gespecialiseerde voedingsmiddelen
   j. Anders, namelijk: […OPEN…]

9. Is er een kantine waar de leden van uw vereniging gebruik van kunnen maken?
   a. Ja
   b. Nee

Indien 9 = a

10. Voor welke producten zijn er reclame-uitingen in en om de kantine aanwezig?
    a. Promotie van alcoholmerken (op viltjes, taps, uithang-/reclameborden, etc.)
    b. Promotie van snacks (op reclameborden, op tafel, op vuilnisbakken, etc.)
    c. Promotie van frisdrank (op reclameborden, op tafel, etc.)
    d. Promotie van zoutjes, chocolade en snoep (producten op de bar, reclameborden, etc.)
    e. Promotie van fruit (producten op de bar, reclameborden, etc.)
    f. Andere promotie, namelijk: […OPEN…]
    g. Er is geen promotie voor producten in of om de kantine (niet icm andere antwoorden)

11. Wat doet uw organisatie om gezonde voeding bij uw leden te promoten? (meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Niets, wij promoten geen gezonde voeding. [niet icm andere antwoorden]
    b. We geven voorlichting en/of tips over gezonde voeding
    c. Het aanbod aan eten en drinken bestaat (deels) uit gezonde producten
    d. We staan geen sponsoring voor ongezond eten toe
    e. Anders, namelijk: […OPEN…]

12. In welke sport(en) is uw vereniging actief? (meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Atletiek
    b. Auto-/motorsport
    c. Basketbal
    d. Biljart/snooker/pool
    e. Dansen
    f. Fitness
    g. Golf
    h. Gymnastiek/turnen
    i. Handbal
    j. Hippische sport/paardensport
    k. Hockey
    l. Honkbal
    m. Roeien
    n. Schaatsen/shorttrack
    o. Tennis
    p. Vecht- of verdedigingssporten (judo, kickboksen, etc.)
    q. Voetbal
    r. Volleybal
    s. Waterpolo
    t. Wielrennen/baanwielrennen/veldrijden/mountainbike
    u. Zwemmen/duiken
    v. Anders, namelijk: ____

13. In welke provincie bent u gevestigd?
    a. Drenthe
    b. Flevoland
    c. Fryslân
    d. Gelderland
    e. Groningen
    f. Limburg
    g. Noord-Brabant
    h. Noord-Holland
    i. Overijssel
    j. Utrecht
    k. Zeeland
    l. Zuid-Holland

14. Hoeveel leden telt uw vereniging (ongeveer)
    a. Minder dan 51 leden
    b. 51 tot en met 100 leden
    c. 101 tot en met 200 leden
    d. 201 tot en met 300 leden
    e. 301 tot en met 400 leden
    f. 401 tot en met 500 leden
    g. Meer dan 500 leden

Onderwijsinstellingen

In opdracht van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport doet Panteia een onderzoek naar voedings- en alcoholmarketing. Daarbij kijken wij ook naar marketing op scholen of via scholen op leerlingen.

In deze enquête stellen wij u een aantal vragen over de (mogelijke) vormen van marketing voor voeding en/of alcohol op of via uw onderwijsinstelling. U kunt de vragenlijst invullen namens een individuele vestiging of namens een (koepel)organisatie met meerdere vestigingen. Het invullen duurt maximaal 10 minuten en uw antwoorden worden anoniem verwerkt. Alvast hartelijk bedankt voor uw deelname.

0. Ik vul deze vragenlijst in namens:
    a. Een individuele vestiging
    b. Een organisatie met meerdere vestigingen

1. Welke van de volgende situaties is voor uw onderwijsinstelling van toepassing? (Meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Wij verkopen eten en drinken aan leerlingen op reguliere basis (bijvoorbeeld in de pauze in een kantine).
    b. Wij verkopen eten en drinken aan leerlingen op incidentele basis (bijvoorbeeld ter gelegenheid van evenementen of feesten).
    c. Wij hebben automaten voor snacks en frisdrank staan waar leerlingen gebruik van kunnen maken.
    d. Wij bieden eten en/of drinken gratis aan leerlingen op reguliere basis (bijvoorbeeld gesubsidieerd schoolfruit of schoolmelk)
    e. Wij bieden eten en/of drinken gratis aan leerlingen op incidentele basis (bijvoorbeeld ter gelegenheid van evenementen zoals Nationaal Schoolontbijt)
    f. Wij geven voorlichting aan leerlingen over eten en drinken.
    g. Andere activiteiten op het gebied van eten en drinken, namelijk: […OPEN…]
    h. Geen van bovenstaande. [Niet icm andere antwoorden] --> GO TO V21

Indien 1 = a

Vragen over eten/drinken op reguliere basis te koop

U heeft aangegeven dat leerlingen in uw organisatie eten en drinken kunnen kopen.

2. In hoeverre is er sprake van promotie van producten die u verkoopt? (Meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Bij de uitgifte-/verkooppunten zijn merknamen van aangeboden producten te zien.
    b. Er is buiten de uitgifte-/verkooppunten promotiemateriaal van merknamen van producten die te koop zijn.
    c. Wij krijgen bij de inkoop korting op bepaalde merken/producten.
    d. Andere vormen van promotie, namelijk: […OPEN…]
    e. Geen van bovenstaande, er is geen sprake van een vorm van promotie door merken. [Niet icm andere antwoorden]

Indien 2 = a of b

U geeft aan dat merknamen van verkochte producten zichtbaar zijn.

3. Voor welk(e) merk(en) is promotiemateriaal te zien? [...OPEN...]

Indien 2 = c

U geeft aan dat u bij inkoop korting krijgt op bepaalde merken/producten.

4. Van welk(e) merk(en) krijgt u korting?

[...OPEN...]

Indien 1 = b

Vragen over eten/drinken op incidentele basis te koop

U geeft aan dat er incidenteel eten en/of drinken aan leerlingen wordt verkocht.

5. Bij welke gelegenheden wordt er eten/drinken aan leerlingen verkocht? (Meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Sportdagen
    b. Feesten
    c. Speciale (thema)dagen
    d. Anders, namelijk: […OPEN…]
6. In hoeverre is er sprake van promotie van producten die u verkoopt?
    a. Bij de uitgifte-/verkooppunten zijn merknamen van aangeboden producten te zien.
    b. Er is buiten de uitgifte-/verkooppunten promotiemateriaal van merknamen van producten die te koop zijn.
    c. Wij krijgen bij de inkoop korting op bepaalde merken/producten.
    d. Andere vormen van promotie, namelijk: […OPEN…]
    e. Geen van bovenstaande, er is geen sprake van een vorm van promotie door merken. [niet icm andere antwoorden]

7. Wordt er ook alcohol verkocht bij deze incidentele gelegenheden? (meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Ja, aan leerlingen
    b. Ja, aan ouders/begeleiders
    c. Nee (niet icm andere antwoorden)
    d. Dat verschilt per gelegenheid

Indien 6 = a of b
U geeft aan dat merknamen van verkochte producten zichtbaar zijn.

8. Voor welk(e) merk(en) is promotiemateriaal te zien?
   [...OPEN...]

Indien 6 = c
U geeft aan dat u bij inkoop korting krijgt op bepaalde merken/producten.

9. Van welk(e) merk(en) krijgt u korting?

[...OPEN...]

Indien 1 = c
Vragen over automaten voor snacks/frisdrank

U geeft aan dat er bij uw onderwijsinstelling automaten voor snacks en frisdrank staan waar leerlingen gebruik van kunnen maken.

10. Zijn er merknamen afgebeeld op deze automaten (dwz: op de automaten zelf, de merken die zichtbaar zijn op de verpakkingen van de producten tellen niet mee)
    a. Ja, namelijk: […OPEN…]
    b. Nee

11. Wie verzorgt de vulling van de automaten?
    a. Wij kopen de verkochte producten zelf in en vullen de automaten
    b. De vulling wordt gedaan door een externe partij, dat gaat buiten ons om

12. Waaruit bestaat het aanbod in de automaten?
    a. Water
    b. Frisdrank
    c. Gezonde snacks (fruit, volkorenproducten, noten, etc.)
    d. Snacks met veel verzadigde vetten, zout en suiker (snoep, chocolade, chips, etc.)
    e. Anders, namelijk: […OPEN…]

Indien vraag 1 = d
Vragen over eten/drinken op reguliere basis gratis aangeboden

U heeft aangegeven dat u leerlingen in uw organisatie op reguliere basis gratis eten en drinken aanbiedt.

13. In hoeverre is er sprake van promotie van producten die u aanbiedt? (Meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Bij de uitgifte-/verkooppunten zijn merknamen van aangeboden producten te zien.
    b. Er is buiten de uitgifte-/verkooppunten promotiemateriaal van merknamen van producten die te koop zijn.
    c. Wij krijgen bij de inkoop korting op bepaalde merken/producten.
    d. Andere vormen van promotie, namelijk: […OPEN…]
    e. Geen van bovenstaande, er is geen sprake van een vorm van promotie door merken. (niet icm andere antwoorden)

Indien 13 = a of b

U geeft aan dat merknamen van aangeboden producten zichtbaar zijn.

14. Voor welk(e) merk(en) is promotiemateriaal te zien?
    [...OPEN...]

Indien 13 = c
U geeft aan dat u bij inkoop korting krijgt op bepaalde merken/producten.

15. Van welk(e) merk(en) krijgt u korting?

[...OPEN...]

Indien 1 = e
Vragen over eten/drinken op incidentele basis gratis aangeboden
U geeft aan dat er incidenteel eten en/of drinken gratis aan leerlingen wordt aangeboden.

16. Bij welke gelegenheden wordt er eten/drinken aan leerlingen aangeboden?
    a. Sportdagen
    b. Feesten
    c. Speciale (thema)dagen
    d. Anders, namelijk:…

17. In hoeverre is er sprake van promotie van producten die u aanbiedt? (Meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Bij de uitgifte-/verkooppunten zijn merknamen van aangeboden producten te zien.
    b. Er is buiten de uitgifte-/verkooppunten promotiemateriaal van merknamen van producten die te koop zijn.
    c. Wij krijgen bij de inkoop korting op bepaalde merken/producten.
    d. Andere vormen van promotie, namelijk: [...OPEN...]
    e. Geen van bovenstaande, er is geen sprake van een vorm van promotie door merken. (niet icm andere antwoorden)

18. Wordt er ook alcohol aangeboden bij deze incidentele gelegenheden? (meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Ja, aan leerlingen
    b. Ja, aan ouders/begeleiders
    c. Dat verschilt per gelegenheid
    d. Nee

Indien 17 = a of b
U geeft aan dat merknamen van aangeboden producten zichtbaar zijn.

19. Voor welk(e) merk(en) is promotiemateriaal te zien?
    [...OPEN...]

Indien 17 = c
U geeft aan dat u bij inkoop korting krijgt op bepaalde merken/producten.

20. Van welk(e) merk(en) krijgt u korting?

[...OPEN...]

Afsluitende vragen

21. Doet uw organisatie mee aan het Nationale Schoolontbijt?
    a. Ja
    b. Nee

22. Zijn er, naast de reeds genoemde (mogelijke) vormen van promotie, andere vormen van reclame voor eten en drinken binnen uw organisatie?
    a. Ja, wij worden gesponsord door voedings-/drankmerken
    b. Ja, leerlingen kunnen meedoen met spaaracties van voedings-/drankmerken
    c. Ja, wij maken uitjes naar producenten van eten/drinken (boerderijen, levensmiddelenindustrie, brouwerijen, etc.)
    d. Anders, namelijk: […OPEN…]
    e. Nee (niet icm andere antwoorden)

23. Bent u in de afgelopen 6 maanden door producenten van eten en/of drinken benaderd?
    a. Ja, voor het verkopen/aanbieden van hun producten.
    b. Ja, voor het promoten van hun producten richting leerlingen.
    c. Ja, met lesmateriaal over voeding
    d. Ja, voor het brengen van bezoeken aan boerderijen/fabrieken/brouwerijen, etc.
    e. Ja, voor andere acties, namelijk: […OPEN…]
    f. Nee (niet icm andere antwoorden)

Inden 23 = a t/m e

24. Door welk(e) merk(en) bent u benaderd?
    […OPEN..]

25. Welke onderdelen/niveaus van onderwijs biedt uw organisatie? (meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Basisonderwijs
    b. Praktijkonderwijs
    c. Vmbo
    d. Havo
    e. Vwo
    f. Mbo
    g. Anders, namelijk:…

26. Hoeveel leerlingen telt uw onderwijsinstelling?
    a. 0-100
    b. 100-250
    c. 250-400
    d. 400-600
    e. Meer dan 600

Kinderopvang

In opdracht van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport doet Panteia een onderzoek naar marketing voor eten en drinken. Daarbij kijken wij ook naar marketing op kinderopvang of via de opvang gericht op kinderen.

In deze enquête stellen wij u een aantal vragen over de (mogelijke) vormen van marketing voor voeding en/of alcohol op of via uw organisatie. U kunt de vragenlijst invullen namens een individuele vestiging of voor alle vestigingen van een (koepel)organisatie.

Het invullen duurt 5 minuten en uw antwoorden worden anoniem verwerkt. Alvast hartelijk bedankt voor uw deelname.

1. Ik vul deze vragenlijst in namens:
    a. Een individuele vestiging voor kinderopvang (kinderdagverblijf of BSO)
    b. Een organisatie met meerdere vestigingen voor kinderopvang (kinderdagverblijf en/of BSO)

27. Welke van de volgende situaties is voor uw kinderopvangorganisatie van toepassing? (Meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Wij bieden eten en drinken aan op reguliere basis.
    b. Wij bieden incidenteel eten en drinken aan (bijvoorbeeld bij speciale gelegenheden, zoals Pasen, Kerst, etc.).
    c. Wij hebben automaten voor snacks en (fris)drank staan waar kinderen gebruik van kunnen maken.
    d. Wij geven voorlichting aan kinderen over eten en drinken.
    e. Andere activiteiten op het gebied van eten en drinken, namelijk: […OPEN…]
    f. Geen van bovenstaande. [niet icm andere antwoorden] --> GO TO 12

Indien 1 = a
Vragen over eten/drinken op reguliere basis

U heeft aangegeven dat kinderen in uw organisatie maaltijden krijgen.

28. In hoeverre is er sprake van promotie van producten die u verkoopt? (Meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Bij de uitgifte zijn merknamen van aangeboden producten te zien.
    b. Elders in het gebouw is er promotiemateriaal van merknamen van producten die wij aanbieden.
    c. Wij krijgen bij de inkoop korting op bepaalde merken/producten.
    d. Andere vormen van promotie, namelijk: […OPEN…]
    e. Geen van bovenstaande, er is geen sprake van een vorm van promotie door merken.

Indien 2 = a of b
U geeft aan dat merknamen van aangeboden producten zichtbaar zijn.

29. Voor welk(e) merk(en) is promotiemateriaal te zien?
    [...OPEN...]

Indien 2 = c
U geeft aan dat u bij inkoop korting krijgt op bepaalde merken/producten.

30. Van welk(e) merk(en) krijgt u korting?
    [...OPEN...]

Indien 1 = b
Vragen over eten/drinken op incidentele basis

U geeft aan dat er incidenteel maaltijden worden aangeboden aan kinderen.

31. Bij welke gelegenheden krijgen de kinderen eten/drinken? (Meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Feesten/feestdagen
    b. Speciale (thema)dagen
    c. Sportdagen
    d. Anders, namelijk: […OPEN…]
32. In hoeverre is er sprake van promotie van producten die bij deze maaltijden aanbiedt? (Meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Bij de uitgifte zijn merknamen van aangeboden producten te zien.
    b. Er is buiten de uitgifte promotiemateriaal van merknamen van producten die wij aanbieden.
    c. Wij krijgen bij de inkoop korting op bepaalde merken/producten.
    d. Andere vormen van promotie, namelijk: […OPEN…]
    e. Geen van bovenstaande, er is geen sprake van een vorm van promotie door merken. [niet icm andere antwoorden]

Indien 6 = a of b
U geeft aan dat merknamen van aangeboden producten zichtbaar zijn.

33. Voor welk(e) merk(en) is promotiemateriaal te zien?
    [...OPEN...]

Indien 6 = c
U geeft aan dat u bij inkoop korting krijgt op bepaalde merken/producten.

34. Van welk(e) merk(en) krijgt u korting?

[...OPEN...]

Indien 1 = c

Vragen over automaten voor snacks/frisdrank

U geeft aan dat er bij uw organisatie automaten voor snacks en (fris)drank staan waar kinderen gebruik van kunnen maken.

35. Zijn er merknamen afgebeeld op deze automaten (dwz: op de automaten zelf, de merken die zichtbaar zijn op de verpakkingen van de producten tellen niet mee)
    a. Ja, namelijk: [...OPEN...]
    b. Nee

36. Wie verzorgt de vulling van de automaten?
    a. Wij kopen de verkochte producten zelf in en vullen de automaten
    b. De vulling wordt gedaan door een externe partij, dat gaat buiten ons om

37. Waaruit bestaat het aanbod in de automaten? (Meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Water
    b. Frisdrank
    c. Gezonde snacks (fruit, volkorenproducten, noten, etc.)
    d. Snacks met veel verzadigde vetten, zout en suiker (snoep, chocolade, chips, etc.)
    e. Anders, namelijk: […OPEN…]

Afsluitende vragen

38. Zijn er, naast de reeds genoemde vormen van (mogelijke) promotie, andere vormen van reclame voor eten en drinken binnen uw organisatie? (Meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Ja, wij worden gesponsord door voedings-/drankmerken
    b. Ja, kinderen kunnen meedoen met spaaracties van voedings-/drankmerken
    c. Ja, wij maken uitjes naar producenten van eten/drinken (boerderijen, levensmiddelenindustrie, winkels, etc.)
    d. Anders, namelijk: […OPEN…]
    e. Nee [niet icm andere antwoorden]

39. Bent u in de afgelopen 6 maanden door producenten van eten en/of drinken benaderd? (Meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Ja, voor het verkopen/aanbieden van hun producten.
    b. Ja, voor het promoten van hun producten richting kinderen.
    c. Ja, met lesmateriaal over voeding
    d. Ja, voor het brengen van bezoeken aan boerderijen/fabrieken, etc.
    e. Ja, voor andere acties, namelijk: […OPEN…]
    f. Nee [niet icm andere antwoorden]

Inden 13 = a t/m e

40. Door welk(e) merk(en) bent u benaderd?
    […OPEN…]

41. Welke vormen van kinderopvang biedt uw organisatie aan? (meerdere antwoorden mogelijk)
    a. Dagopvang
    b. Buitenschoolse opvang (voor, tussen en na school)
    c. Anders, namelijk: […OPEN…]

42. Hoeveel kinderen zijn er bij uw organisatie ingeschreven?
    a. 0 t/m 200
    b. 200 t/m 400
    c. 400 t/m 800
    d. 800 t/m 2000
    e. Meer dan 2000
    f. Weet niet / wil niet zeggen

Bijlage 3 Geïnventariseerde online media en personen

Websites voedingsproducenten

Naam	Website voedingsproducent
7up	www.7up.nl
Albert Heijn	www.ah.nl
Alpro Soya	www.alprosoya.nl
Appelsientje	www.appelsientje.nl
Astra sweets	www.astrasweets.com
Autodrop	www.autodrop.nl
Babybel	www.babybel.nl
Bakker Bart	www.bakkerbart.nl
Baronie	www.baronie.com/nl/
Beckers	www.beckers.nl
Ben & Jerry's	www.benjerry.nl
Bolletje	www.bolletje.nl
Brinta	www.brinta.nl
Burger King	www.burgerking.nl
Calvé	www.calve.nl
Campina	www.campina.nl
Capri-Sun	www.capri-sun.nl
Cheetos	www.cheetos.nl
Chiquita	www.chiquita.nl
Chocomel	www.chocomel.nl
Chupachups	www.chupachups.com
Coca-cola	www.cocacola.nl
Continental Candy Industrie	www.ccicandy.n
Cote d'Or	www.cotedor.nl
Croky	www.croky.nl
Daalmans Banket	www.daelmansbanket.nl
Danone	www.danone.nl
De Ruijter	www.deruijter.nl
Dominos	www.dominos.nl

Donercompany	www.donercompany.nl
Doritos	www.doritos.nl
Dr Oetker	www.oetker.nl
Droppie Water	www.droppiewater.nl
Droste	www.droste.nl/nederlands/
Duyvis	www.duyvis.nl
Eru	www.eru.eu
Fanta	www.fanta.nl
Febo	www.febo.nl
Ferrero	www.ferrero.nl
Frisia Snoep	https://my-frisia.com/
Fristi	www.fristi.nl/
Fruittella	www.fruittella.nl/
Haagen-Dazs	www.haagen-dazs.nl
Haribo	www.haribo.com/nl-nl/
Harlekijntjes	www.harlekijntjes.nl
Heinz	www.heinz.nl
Hero	www.hero.nl
Hertog IJs	www.hertogijs.nl
Honig	www.honig.nl
Kinder	https://www.kinder.com/nl/nl/
Iglo	www.iglo.nl
Jamin	www.jamin.nl
Joris Sweets	www.joris-sweets.be/nl/
Jumbo	www.jumbo.com
Karvam Cévitam	www.karvancevitam.nl
Katja	www.katja.nl
Kellogg's	www.kelloggs.nl/nl
King Pepermunt	www.kingpepermunt.nl
Kips	www.kips.nl
Klene	www.klene.nl
Koetjesreep	www.koetjesreep.com
Kwalitaria	www.kwalitaria.nl
Kwekkeboom	www.kwekkeboom.nl
La Vache qui rit	www.lavachequirit.nl
Lays	www.lays.nl
Leerdammer	www.leerdammer.nl
Lonka	www.lonka.nl

LookoLook	www.lookolook.nl
LU	www.lu.nl
Magnum	https://www.magnumicecream.com/nl/home.html
Maoam	https://www.haribo.com/nl-nl/producten/maoam
Mars	www.nld.mars.com
McCain	www.mccain.nl
McDonalds	www.mcdonalds.nl
Mentos	www.mentos.nl
Milka	www.milka.nl
Milner	www.milner.nl
M&M's	www.mms.com/nl-nl
Mona	www.mona.nl
Mora	www.mora.nl
Napoleon	www.mijn-napoleon.nl
Nature Addicts	www.na-natureaddicts.com/nl
Nestlé	www.nestle.nl
New York Pizza	www.newyorkpizza.nl
Nutella	www.nutella.nl
Ola	www.ola.nl
Oreo	www.nl.oreo.eu
Peijnenburg	www.peijnenburg.nl
Pepsi	www.pepsi.nl
Pepsico	www.pepsico.nl
Pom-Bar	www.pombar.nl
Prince	www.luprince.nl
Pringels	www.pringles.com/nl/home.html
RedBand	www.redband.nl/
Redbull	www.redbull.com/nl-nl/
Refresco	www.refresco.nl/
Roosvicee	www.roosvicee.nl
Schweppes	www.schweppes.nl/
Sisi	www.sisi.nl/
Smarties	www.nestle-chocolade.nl/smarties
Smoeltjes	www.smoeltjes.nl
Snack a jacks	www.snackajacks.nl
Snickers	www.snickers.nl
Sprite	www.sprite.nl
Stegeman	www.stegeman.nl

Taksi	www.taksi.nl
TicTac	www.tictac.nl
Tony's Chocolonely	www.tonyschocolonely.com/nl/nl
Tropicana	www.tropicana.be/nl-be
Twix	www.twix.nl
Unilever	www.unilever.nl
Unox	www.unox.nl
Venco	www.venco.nl
Venz	www.venz.nl
Verkade	www.verkade.nl
Wicky	www.wicky.nl
Wijko	www.wijko.nl
Zonnatura	www.zonnatura.nl

Facebook

Merk	Facebook pagina URL
Albert Heijn	www.facebook.com/albertheijn/
Autodrop	www.facebook.com/autodrop/
Babybel	www.facebook.com/BabybelNederland/
Becel Nederland	www.facebook.com/BecelNederland
Ben&Jerry's	www.facebook.com/benenjerrys/
Burgerking	www.facebook.com/burgerkingnl/
Calvé	www.facebook.com/Calv%C3%A9-Pindakaas-37356383666/
Chocomel	www.facebook.com/nlChocomel/
Coca-cola	www.facebook.com/cocacolanetherlands/
Cote d'Or	www.facebook.com/CotedorNL
Crest Suikerwerken	www.facebook.com/Crest-Suikerwerken-BV-413411078808750/
Daelmans stroopwafels	www.facebook.com/DaelmansStroopwafelsUS/
De Ruijter	www.facebook.com/deruijter/
Dedert Icesticks	www.facebook.com/DedertIcesticks/
Domino's	www.facebook.com/Dominospizzanl/
Droste	www.facebook.com/droste.nl/
Echte bakker Martens	www.facebook.com/Echte-Bakker-Martens-522618571088525/
Eru	www.facebook.com/KoninklijkeERU/
Fanta	www.facebook.com/fantanl/

Ferrero	www.facebook.com/FerreroRocher/
Fred en Ed	www.facebook.com/fredened/
Fruittella	www.facebook.com/fruittellanl/
Haribo	www.facebook.com/HariboBeNe/
Harlekijntjes	www.facebook.com/Harlekijntjes-162760177242066/
Heinz	www.facebook.com/heinznederland
Hertog	www.facebook.com/HertogIJsNL/
Honig	www.facebook.com/honig/
Ijsboerke Oost-Nederland	www.facebook.com/IJsboerke-OOST-NEDERLAND-440848596020446
Joannusmolen	www.facebook.com/joannusmolen/
Jumbo	www.facebook.com/jumbosupermarkten/
Kanjers	www.facebook.com/Kanjersfans
Karvan Cevitam	www.facebook.com/karvancevitam
Kellog's	www.facebook.com/KelloggsTresorNederland
Kinder	www.facebook.com/kinder/
King Pepermunt	www.facebook.com/kingpepermunt/
Kips	www.facebook.com/lieverkips/
Klene	www.facebook.com/klene/
Liga	www.facebook.com/LigaNL
Lonka	www.facebook.com/lonka/
Look-O-Look	www.facebook.com/LookoLook/
Lotus Bakeries	www.facebook.com/LotusBakeriesNederland/
Magnum	www.facebook.com/MagnumNederland
Maoam	www.facebook.com/MAOAMNL/
McCain	www.facebook.com/McCainNederland/
Mcdonald's	www.facebook.com/mcdonaldsnederland/
Mentos	www.facebook.com/mentos/
MMS	www.facebook.com/mms.nederland/
Mona	www.facebook.com/MonaToetjesNL
Mora	www.facebook.com/mora.nederland
Napoleon	www.facebook.com/OfficialNapoleon/
Nestle	https://nl-nl.facebook.com/Nestle/
New York Pizza	www.facebook.com/newyorkpizza.nl/
Nutricia	www.facebook.com/nutriciavoorjou/
Ola	www.facebook.com/OLAShareHappy/
Penotti	www.facebook.com/duopenottioriginal/

Pepsi	www.facebook.com/pepsinederland
Pijnenburg	www.facebook.com/Peijnenburg/
Prince	www.facebook.com/LUPrinceNederland/
Pringles	www.facebook.com/PringlesNL
Redband	www.facebook.com/RedBand/
Refresco	www.facebook.com/RefrescoBenelux/
Schweppes	www.facebook.com/SchweppesNL/
Snickers	www.facebook.com/Snickers.Nederland/
Sprite	www.facebook.com/SpriteNL/
Stegeman	www.facebook.com/StegemanNL
The Jelly Bean	www.facebook.com/JellyBeanFactoryNederland
TicTac	www.facebook.com/TicTacNL
Tony's Chocolonely	www.facebook.com/TonysChocolonelyNL
Tropicana	www.facebook.com/TropicanaNL/
Twix	www.facebook.com/TwixNederland/
Unox	www.facebook.com/unox/
Verkade	www.facebook.com/VerkadeNL/
Vifit	www.facebook.com/vifitNL/
Wicky	www.facebook.com/wickynl/

Instagram

Merk, bedrijf of website	**Instagrampagina URL**
7up	www.instagram.com/7upnederland/
Albert Heijn	www.instagram.com/albertheijn/
Appelsientje	www.instagram.com/appelsientjenl/
Astra sweets	www.instagram.com/astrasweets/
Autodrop	www.instagram.com/autodropnl/
Bakker Bart	www.instagram.com/bakkerbartnl/
Beckers	www.instagram.com/beckerssnacks/
Ben & Jerry's	www.instagram.com/benjerrysnl/
Bolletje	www.instagram.com/ikwilbolletje/
Burgerking	www.instagram.com/burgerkingnl/
Calvé	www.instagram.com/calvepindakaasofficial/
Campina	www.instagram.com/campina_nl/
Capri-Sun	www.instagram.com/caprisun_nederland/
Chocomel	www.instagram.com/chocomelnl/

Chupachups	www.instagram.com/chupachupsnl/
Coca-cola	www.instagram.com/cocacola_nl/
Cote d'Or	www.instagram.com/cotedor.nl/
Croky	www.instagram.com/croky.nl.official/
De Ruijter	www.instagram.com/deruijter_nl/
Dominos	www.instagram.com/dominos_nl/
Doritos	www.instagram.com/doritosnederland/
Dr Oetker Bakken	www.instagram.com/droetkerbakken_nl/
Dr Oetker Pizza	www.instagram.com/droetkerpizza_nl/
Droste	www.instagram.com/drosteholland/
Duyvis	www.instagram.com/duyvis_nl/
Eru	www.instagram.com/koninklijkeeru/
Fanta	www.instagram.com/fanta_nl/
Febo	www.instagram.com/febo.nl/
Fred & Ed	www.instagram.com/fredened/
Fruittella	www.instagram.com/fruittellanl/
Haagen-Dazs	www.instagram.com/haagendazs_nl/
Haribo	www.instagram.com/haribo_nl_be/
Harlekijntjes	www.instagram.com/harlekijntjes_drop/
Heinz	www.instagram.com/heinz_nl/
Hero	www.instagram.com/hero.cassis/
Hertog IJs	www.instagram.com/hertogijsnl/
Honig	www.instagram.com/honig_nl/
Iglo	www.instagram.com/iglonederland/
Jamin	www.instagram.com/jaminonline/
Joris Sweets	www.instagram.com/jorissweets/
Jumbo	www.instagram.com/jumbo/
Karvam Cévitam	www.instagram.com/karvan.cevitam/
Katja	www.instagram.com/katjasnoep/
King Pepermunt	www.instagram.com/kingpepermunt/
Kips	www.instagram.com/lieverkips/
Koetjesreep	www.instagram.com/koetjesreep_official/
Kwekkeboom	www.instagram.com/kwekkeboom_nl/
La Vache qui rit	www.instagram.com/lavachequirit_nl/
Lays	www.instagram.com/lays_nl/
Leerdammer	www.instagram.com/leerdammer_nl/
Lonka	www.instagram.com/lonka_nl/
M&M's	www.instagram.com/mms.nederland/
Maoam	www.instagram.com/maoamnl/
McDonalds	www.instagram.com/mcdonaldsnl/feed/
Mentos	www.instagram.com/mentosnl/
Milka	www.instagram.com/milka_netherlands/

Mora	www.instagram.com/mora_nederland/
Mountain Dew	www.instagram.com/mountaindewnl/
Napoleon	www.instagram.com/napoleon_nl/
Newyork Pizza	www.instagram.com/newyorkpizza_nl/
Nutella	www.instagram.com/nutella.nederland/
Ola	www.instagram.com/ola.ijs/
Peijnenburg	www.instagram.com/peijnenburg/
Pepsi	www.instagram.com/pepsined/
Pringels	www.instagram.com/pringelsnederland/
RedBand	www.instagram.com/redbandnl/
Redbull	www.instagram.com/redbullned/
Schweppes	www.instagram.com/schweppesnl/
Smoeltjes	www.instagram.com/smoeltjes_official/
Snack a jacks	www.instagram.com/snackajacks_nl/
Snickers	www.instagram.com/snickers.nederland/
Sprite	www.instagram.com/sprite_nl/
Stegeman	www.instagram.com/stegeman_nl/
Taksi	www.instagram.com/taksi.nederland/
TicTac	www.instagram.com/tictac.nederland/
Tony Chocolonely	www.instagram.com/tonyschocolonely_nl/
Tropicana	www.instagram.com/tropicana.nederland/
Twix	www.instagram.com/twix.nederland/
Unilever	www.instagram.com/unileverbenelux/
Venz	www.instagram.com/venz_nl/
Verkade	www.instagram.com/verkade_nl/
Wicky	www.instagram.com/wicky_nl/
Wijko	www.instagram.com/wijko_nl/
Zonnatura	www.instagram.com/zonnatura/

Tiktok

Merk, bedrijf of website	Tiktok URL
Albert Heijn	https://www.tiktok.com/@albertheijn?lang=en
Autodrop	https://www.tiktok.com/@autodropnl?lang=en
Ben & Jerry	https://www.tiktok.com/@benjerrysnl?lang=en
Burger King	https://www.tiktok.com/@burgerking_nl?lang=en
Chiquita	https://www.tiktok.com/@chiquitabananaofficial
Dominos	https://www.tiktok.com/@dominos_nl?lang=en
Dr. Oetker pizza	https://www.tiktok.com/@droetkerpizza_nl
Dr. Oetker	https://www.tiktok.com/@dr.oetker_nl
Febo	https://www.tiktok.com/@febo_nl
Iglo	https://www.tiktok.com/@iglonederland?is_from_webapp=1&sender_device=pc
Jamin	https://www.tiktok.com/@jaminonline
Jumbo	https://www.tiktok.com/@jumbo.tiktok?lang=en
Karvam cevitam	https://www.tiktok.com/@karvancevitam?lang=en
Kips	https://www.tiktok.com/@lieverkips?lang=en
Lays	https://www.tiktok.com/@laysnl?lang=en
Mentos	https://www.tiktok.com/@mentos_nl?lang=nl-NL
Mora	https://www.tiktok.com/@mora_nl?lang=en
Napoleon	https://www.tiktok.com/@napoleon_nl?lang=en
Redbull	https://www.tiktok.com/@redbullned?lang=en
Snack a Jack	https://www.tiktok.com/@snackajacksnl?lang=en
Taksi	https://www.tiktok.com/@taksiofficial?lang=en
Tropicana	https://www.tiktok.com/@tropicana.nl?lang=en

YouTube

Naam	Volgers x1000	Gekeken video's
Bibi	844	42
Bankzitters	918	89
Beautygloss	622	59
Boaz	711	75
Clonny Games	539	77
De Bellinga's	690	122

De Zoete Zusjes	6.180	57
Dee van der Zeeuw	378	54
Djuncan	415	56
Dodo	527	35
Don	1.110	119
Dutchtuber	1.160	118
Dylan Haegens	1.980	10
Enzo Knol	2820	122
Familie Lakap	752	82
Furtjuh	1.130	51
Gamemeneer	1.180	114
Gewoon Thomas	1.020	51
Gio	1.370	106
Hanwe	1.110	56
Harm	851	56
Jade Anna	290	40
Jeremy Frieser	807	26
Jesse hoefnagels	426	24
Joost speelt spellen	539	46
Juf Roos	391	16
Kalvijn	1.370	14
Koen1	701	35
Legends of Gaming	540	23
Luan Bellinga	289	15
Matthy	932	10
MeisjeDjamilla	1.650	87
Milan Knol	1.380	55
Nienke Plas	312	91
NikkieTutorials	14.500	9
Onnedi	870	51
Ronald	924	73
Royalistiq	976	90
Senna bellod	177	24
Stefan de Vries 95	977	51
Stuk TV	2.630	56
Team Dylan Haegens	926	0
Ties	816	17

Instagram

Influencer	Aantal volgers x1000	Gekeken posts in 2023
Annanooshin	938	178
bassmit	844	150
beautygloss	571	76
Bibi.social_	308	11
Bram.Krikke	1.000	70
buddyvedder	221	65
Dee	1.500	44
dezoetezusjes	38	148
Dutchtuberr	193	0
Dylanheagens	857	26
Emmakeuven	209	72
Enzoknol	2.000	92
Gamemeneer	572	19
Giel	1.100	73
Gio	1.000	10
Glenfontein	655	249
jadeanna	1.000	304
Jeremyfrieser	564	108
jessehoefnagels	289	36
Jillruby	425	39
Juultjetieleman	1.000	48
Kajstypetjes	689	113
Kalvijn	1.000	59
Kwebbelkop	1.000	328
Maritbrugman	419	33
Matthy	544	9
Maxverstappen1	11.500	147
Meesterjesper	176	208
Meisjedjamila	386	37
Mertabimert	146	23
Milanknol	1.000	87
Monicageuze	1.400	42
Negin_mirsalehi	7.200	171

nielsschlimback	142	38
Nienkeplas	600	105
nikkietutorials	19.600	78
Ninahouston	465	75
Ninaschotpoort	257	56
officialsaarx	44	194
Officialyarasky	157	10
Onnedi	557	33
Queenofjetlags (Noor de Groot)	684	92
rhodeekok	340	55
Royalistiq	493	27
Rutgervink	518	36
sarahjulia	112	20
sennabellod	339	58
stefandevries	517	62
stefania_	386	54
sterrekoning	418	86
Stuktv	1.400	409
Thomasgrinsven	321	33
Thooootje	854	166
Ties	386	12
Uberquin	658	30
Totaal		**4.804**

Tiktok

Naam	Volgers medio jan 2023 (x1000)	Gekeken posts in 2023
Bankzitters	470	63
Bokado	1 300	102
Bram krikke	950	86
Djamilaly	1 500	39
Dutchtuber	964	0
Dylanhaegens	1 500	33
Emmakeuven	692	184
Enzoknol	1 200	26
Gio	384	12
Glenfontein	1 900	350
Hanwe	891	14
Jadeanna	1 600	419
Jeremyfrieser	865	89
Kalvijn	734	52
Kwebbelkop	3 200	166
Lorenzodinatelle	785	47
Markielucas	8 500	78
Meester jesper	777	270
Milanknoller	1 200	74
Monicageuze	515	265
Mylenerosanne		65
Nadirdearabier		93
Nikkie tutorials	7 900	77
Ninahouston_	969	103
Ninaschotpoortxx	1 500	79
Officialsaarx	2 600	127
Quinnenaaron	900	195
Quintenverschure	780	136
Quintymirjam	3 700	211
Rhodé kok	1 000	173
Sherellmartini	4 800	58
Stefandevries	1 000	75
Stuktv	215	175
Totaal		**3783**

Bijlage 4 Voedingsreclame op kinderwebsites per merk

Type producten	Product	RvV	Sv5
Aardappelen,Groenten,Fruit	Celavita Aardappelproducten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Aardappelen,Groenten,Fruit	Hak Bonenmix Conserven	Ja	Ja
Aardappelen,Groenten,Fruit	Kanzi Appels	Ja	Ja
Baby-,Kindervoeding	Kabrita Babyvoeding Droog	Ja	Nee
Baby-,Kindervoeding	Organix Organic Opvolgmelk	Ja	Nee
Broodproducten,Banket	Beuk Appeltaarten	Nee	Nee
Broodproducten,Banket	Bolletje Groente Cracker	Ja	Ja
Broodproducten,Banket	Brood Collectief	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Broodproducten,Banket	Keto Brood	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Broodproducten,Banket	Liga Noten & Granenreep Tussendoortje	Afh. v. prod.	Nee
Broodproducten,Banket	LU Cracottes Crackers	Ja	Nee
Broodproducten,Banket	LU Koekjes	Afh. v. prod.	Nee
Broodproducten,Banket	LU Time Out Tussendoortjes Koek	Ja	Nee
Broodproducten,Banket	Mr. Big Mouth Broodjes	Nee	Nee
Broodproducten,Banket	Pastridor Broodjes	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Broodproducten,Banket	Slim Bread Broden	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Broodproducten,Banket	Wasa Crunchy Twist Knackebrod	Ja	Nee
Broodproducten,Banket	Wasa Knackebrod	Ja	Afh. v. prod.
Chocolade,Snoepgoed	Antaflu Snoepgoed Verfrissend	Nee	Nee
Chocolade,Snoepgoed	Cote d'Or Chocolade Bonbonbloc	Nee	Nee
Chocolade,Snoepgoed	De Euforij Chocolade	Nee	Nee
Chocolade,Snoepgoed	GRIZZ Energy Gum Kauwgom	Nee	Nee
Chocolade,Snoepgoed	Knoppers Chocoladereep	Nee	Nee
Chocolade,Snoepgoed	Lagosse Chocolade	Nee	Nee
Chocolade,Snoepgoed	Napoleon Snoep	Nee	Nee
Chocolade,Snoepgoed	Stimorol Kauwgom	Nee	Nee
Chocolade,Snoepgoed	Tony's Chocolonely Repen	Nee	Nee

Horeca	Anak Indonesische Lunchroom	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Horeca	Boules Bites Bar Restaurant	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Horeca	Burger King Restaurants	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Horeca	Ensemble Restaurant	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Horeca	Henk Patat Snackbar	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Horeca	KFC Kentucky Fried Chicken Restaurants	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Horeca	Meneerdekok Cateringbedrijf	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Horeca	New York Pizza Filiaalbedrijf	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Horeca	Nom Nom Nom Restaurant	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Horeca	Saison Restaurant	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Horeca	Santi & Santini Restaurant	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Horeca	s-Molenaarsbrug Restaurant	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Horeca	SnackCar Snackwagen	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Horeca	Thuisbezorgd.nl Bezorgdiensten Horeca	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Horeca	ZIN.nu Cursus	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Koffie,Thee	Boot Koffie Bonen	Ja	Ja
Koffie,Thee	De Koffiejongens Koffie Capsules	Ja	Ja
Koffie,Thee	Frank & Fresh Coffee Koffiebonen	Ja	Ja
Koffie,Thee	Hesselink Koffiebranderij	Ja	Ja
Koffie,Thee	Starbucks Based Ice Coffee	Nee	Nee
Maaltijden	Fitpreps Maaltijden	Onb.	Onb.
Maaltijden	Jan Pannenkoeken,Poffertjes	Nee	Nee
Maaltijden	Magioni Pizza	Ja	Nee
Maaltijden	Reign Energiedrank	Ja	Nee
Non Alcoholische Dranken	Coca-Cola (Adv.) Frisdrank	Nee, UNESDA	Nee

	Algemeen		
Non Alcoholische Dranken	Coca-Cola Cola Algemeen	Nee, UNESDA	Nee
Non Alcoholische Dranken	Innocent Smoothie Vruchtensap	Nee, UNESDA	Nee
Non Alcoholische Dranken	Marie-Stella-Maris Bronwater	Ja	Ja
Non Alcoholische Dranken	Rockstar Energiedrank	Nee, UNESDA	Nee
Non Alcoholische Dranken	Waterdrop Bronwater met Smaak	Ja	Nee
Retail	Albert Heijn Filiaalbedrijf Supermarkten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Aldi Filiaalbedrijf Supermarkten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Amazing Oriental Asian Supermarkten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Bakker Leo Bakkerijen	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Browniesenco.nl Webshop Brownies	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Bussing Bakkerijen	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Cleanfoods.nl Webshop Voedingsmiddelen	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Coffeemeister.nl Webshop	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	De Kruidenbaron Webshop Voedingsmiddelen	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Dirk Filiaalbedrijf Supermarkten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	DownToEarthProducts.nl Webshop Wijnen	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Dutchjerky.com Webshop Voeding	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	EkoPlaza Filiaalbedrijf Supermarkten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Eucalypta.nl Webshop Snoep	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Fitfoodwebshop.com Maaltijdbox	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Flink Online Boodschappen	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Fuelyourbody.nl Maaltijdbox	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Greenchef.nl Maaltijdbox	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	HelloFresh.nl Maaltijdbox	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Hoogvliet Filiaalbedrijf Supermarkten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.

Retail	Jumbo Bezorgservice	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Jumbo Filiaalbedrijf Supermarkten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Kaldi Koffie- & Theewinkels/bars	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Keurslager Collectief	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Kippie Grill- & Maaltijdwinkels	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Lantinga Slagerij	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Lidl Filiaalbedrijf Supermarkten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Molinachai.nl Webshop Voedingsmiddelen	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Moormann & De Boer Slagerij	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Mtshrimpy.nl Webshop	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Muscle Meat Webshop	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Nattodan.com Webshop	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	nl.esn.com Webshop Vitaminen	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Picnic Online Supermarkt	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Plus Filiaalbedrijf Supermarkten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Poiesz Filiaalbedrijf Supermarkten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Simon Levelt Producten Algemeen	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Spar Filiaalbedrijf Supermarkten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Tea4you.nl Webshop Thee	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Thematchaman.nl Webshop	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	TheMeatBoys.nl Webshop Vlees	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Toko Azia Filiaalbedrijf Supermarkt	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Uitgekookt Maaltijdbox	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Retail	Vegan Box Maaltijdbox	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Snacks	All Day Nuts Noten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Snacks	Bilal Chicken Snacks Diepvries	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Snacks	Croky Chips	Ja	Nee

Snacks	Croky Explosions Chips	Ja	Nee
Snacks	Croma Producten Algemeen	Nee	Nee
Snacks	GkazasOil Olijfolie	Ja	Ja
Snacks	LU Tuc Bake Rolls Zoutjes	Ja	Nee
Snacks	Pom-Bar Zoutjes	Ja	Nee
Sterk Alcoholische Dranken	Absolut Vodka Wodka	Nee, volgens RvA	Nee
Sterk Alcoholische Dranken	Malfy Gin	Nee, volgens RvA	Nee
Suiker,Kruiden,Specerijen	Cosun Publicatie	Nee	Nee
Suiker,Kruiden,Specerijen	Gouda's Glorie Sauzen	Nee	Nee
Suiker,Kruiden,Specerijen	Kikkoman Producten Algemeen	Nee	Nee
Suiker,Kruiden,Specerijen	Lee Kum Kee Sauzen	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Suiker,Kruiden,Specerijen	Marne Mosterd	Nee	Nee
Suiker,Kruiden,Specerijen	Nutella Chocoladepasta	Nee	Nee
Suiker,Kruiden,Specerijen	Remia BBQ Saus	Nee	Nee
Vlees,Vis,Wild en Gevogelte	Argeta Pate	Nee	Nee
Vlees,Vis,Wild en Gevogelte	Bifi Worstjes	Nee	Nee
Vlees,Vis,Wild en Gevogelte	Doyy Kaviaar	Nee	Ja
Vlees,Vis,Wild en Gevogelte	Interfield Foods Verse Vis	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Vlees,Vis,Wild en Gevogelte	The MeatLovers Vleesproducten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Vlees,Vis,Wild en Gevogelte	Wahid Halal Food Vleesproducten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Voedingsmiddelen Overig	Able Afslankproducten	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Voedingsmiddelen Overig	AOV Natuur-,Reformproducten	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Voedingsmiddelen Overig	Cambridge Health Dieetprogramma	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Voedingsmiddelen Overig	Herbalife Producten Algemeen	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Voedingsmiddelen Overig	Herbalwinkel Dieetvoeding	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Voedingsmiddelen Overig	Nutrifoodz Afslankmiddelen	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Voedingsmiddelen Overig	Plenny Voedingsmiddelen Algemeen	Afh. v. prod.	Nee
Voedingsmiddelen Overig	Plnt Vleesvervangers	Afh. v. prod.	Nee
Voedingsmiddelen Overig	We Care Afslankproducten	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Zuivel	Arla Skyr Yoghurt	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Zuivel	Boursin Producten Algemeen	Nee	Nee
Zuivel	Den Eelder Zuivelproducten	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.

Zuivel	Goat Fully Proteine Melk	Ja	Nee
Zuivel	Grozette Kaas Geraspt	Nee	Nee
Zuivel	Mijn Melk Melk	Nee	Nee
Zuivel	Philadelphia Keuken Kaas Alg.	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Zuivel	Say Cheese Today Kaas	Nee	Nee
Zuivel	Violife Vegetarische Zuivel Producten	Nee	Nee
Zwak Alcoholische Dranken	Chouffe Speciaalbieren Algemeen	Nee, volgens RvA	Nee
Zwak Alcoholische Dranken	Desperados Original Speciaalbier	Nee, volgens RvA	Nee
Zwak Alcoholische Dranken	Natureo Wijnen	Nee, volgens RvA	Nee
Zwak Alcoholische Dranken	Stelz Hard Seltzer	Nee, volgens RvA	Nee

Merk(en)	Youtuber	RvV	Sv5
1 de Beste (hagelslag melk)	de Bellingas (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
1 de Beste (hagelslag puur, rijstwafels)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
1 de beste (puur, melk en wit)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
1 de Beste (witte, melk en pure chocola, druiven)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
1 de beste Puur (chocolade)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
1 de Beste(hagelslag melk)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
24 ice (frozen cocktails)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
7up	Bibi (1), Furtjuh (2), Familie Lakap (3)	Nee, doelgr. onb.[100]	Nee
AA	Harm (3), Gio (1), Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
AA (lemon)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
AA drink	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Adoeno primitivo di manduria (rode wijn)	Dee van der zeeuw (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Affligem	Bibi (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Airheads	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (aardbeien, bietjes, komkommer, puntpaprika, roomboter croissant, chiabattina's, volkoren bollen, beschuit bollen, rijstewafels, smeerkaas)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (aardbeien, frisse fruitdrank-appel, framboos, choc chip chocolade koekjes)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (amandel zeezout karamel, extra vierge olijfolie)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (ananassap)	Hanwe (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (bami babi pangang)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (BBQ speklapjes, eiersalade)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (biologische volle melk, Gele room mix, Haverkoekjes)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (Brownies)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (cake, verse scharrel eieren, galette wafels)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

[100] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Albert Heijn (ceasar salade)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (cervelaat, mueslirepen, water, vlokken)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (chia zaad, volkoren haver, flatbread, cacoa nibs)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (chocoladerepen, marie biscuit)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (doosje zomerfruit, honing)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (filet americain, crackers)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (flatbread, cacao nibs, eierkoeken)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (frambozen, blauwe bessen, aardbeien, witte druiven, suikerstaafjes, houdbare volle melk)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (gember shot en water)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (gembershot)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (gevulde brie met kruiden)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (gevulde kano koeken, bokken pootjes)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (groente shot rode bieten)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (hagelslag, 100% pindakaas)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (Hagelslag, goed begin, 80% groentesap)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (ijsloude cappuccino en limoenen)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (keukenzout)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (melk chocolade reep)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (mix vlokken hagelslag)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (mozzarella salade, kip bacon salade, pepernoten)	Matthy (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (muffins, vers geperste smoothie met aardbei, banaan en appel, bruine bollen, mini rozijnenbollen)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Albert Heijn (ontbijtspek)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (pancakes Banaan spelt)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (pedersuiker, romige tomatensoep)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (poedersuiker)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (puur hagelslag)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (rijstwafels, groente shot rode biet)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (roze koeken, melk, soepstengels)	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (ruimte ijsjes, sinaasappelroom ijsjes, bosfruit ijsjes, mix van ijsjes)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (sap)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (sinaasappel- en appelsap)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (slagroom)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (slagroom, cocktail augurken, zilver uitjes, friet chips-naturel en zure room, tortilla chips, bio vanille ijs, verse sap)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (strooifeest karamel smaak bolletjes)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (suiker)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (tomaten ketchup)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (tongenworst, witte bollen)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (vanille suiker, Disco dip)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (vers geperst sap aarbei-sinaasappel, Ginger coffee)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (versgeperste smoothies -aardbei, banaan, appel of manga, maracuja, sinaasappel en Albert Heijn to go broodjes)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (vitamin drink-mago, guave-, Slagroom, Cakejes, casis, Cola)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (volle melk, keukenzout)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr.	Nee

		onb.	
Albert Heijn (wafels, amandel zeezout karamel)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (winkel en gembershots)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (zoete aardappel friet, kip gehakt, gezeefde tomaten)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn excellent (salami met zomertruffel)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Aldi (diverse fruit, verse jus d'orange, party gebak zachte slagroomstam, appeltaart)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Alfa	Ties (2), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Alpa	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Alpro	Familie Lakap (1), Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.[101]	Afh. v. prod.
Amaretto	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Amstel	Bankzitters (2), Jeremy Frieser (1), Milan Knol (1), Gio (2), Don (2), Enzo Knol (1), Hanwe (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Amstel (pilsener)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Amstel (radler 0.0)	Dee van der zeeuw (1), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Amstel (Radler 2.0)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Amstel (radler)	Jade Anna (1), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Apenshot	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Aperol spritz	Bankzitters (1), Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Appelsientje	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.[102]	Nee
Apple Bandit	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Aquarius	Harm (7), Milan Knol (1), Jeremy	Nee, doelgr.	Nee

[101] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[102] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

	Frieser (1)	onb.[103]	
Artesa nuts (corn, roasted en salted)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Asahi	Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Atelier Louis (amandel premium eclairs)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Australian (wafel)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Autodrop	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Aviko (zoete aardappel friet)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bacardi	Gio (2), Gamemeneer (1), Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bacchus	Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Balconi mix max	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Balisto	De Zoete Zusjes (1), Dee van der zeeuw (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ballantine's (whisky)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Barebells (milkshake vanille)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bavaria	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bavaria	Gio (1), Bankzitters (3), Matthy (1), Jesse hoefnagels (2), Harm (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Beanboozle	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Beefeater	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Beers of Belgium	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Belbake (melted snowman cookies)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Belvedere	Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

[103] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Belvedere (vodka)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ben & Jerry's	Harm (1), Furtjuh (2), Koen1 (1), De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ben's (kantonees saus)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bierworstje	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bifi	Harm (2), Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Big Daddy's Liquors	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Birra Moretti	Nienke Plas (1), Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Birrificio Angelo Poretti	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bolleke	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bolletje (beschuit)	de Bellingas (1), Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bolletje (kruidnoten)	Harm (1), Matthy (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bolletje (schudde buikjes)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bols (pornstar martini)	Jade Anna (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bombay Bramble (gin)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bounty	De Zoete Zusjes (1), Bankzitters (1), Familie Lakap (1), Gewoon Thomas (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Brain blasterz	Familie Lakap (3)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Brain Burnerz	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Brand	Harm (4), Milan Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Brets (geitenkaas en peper chips)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Brewdog	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bubbel gum	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Bubblicious	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bud	Matthy (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Budweiser	Kalvijn (1), Gio (1), Bankzitters (1), Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Budweiser (bud light)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Buldak (hot chicken flavor noodles)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bullit (energy drank)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Burger King (twister fries)	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
But	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Buys (Zoenen)	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
C2	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Cadbury	Gamemeneer (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Calvé (pindakaas met stukjes pinda)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Calvé (sambasaus)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Calypso	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Campina (roomboter)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Campina (slagroom)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Candy Pop	Familie Lakap (3)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Capri-Sun	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.[104]	Nee
Carbon	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Casablanca (bier)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

[104] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Celebrations	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Chapel Hill (wijn)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Château Ratouin (pomerol)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Chazz	Familie Lakap (4)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Cheerios	Gamemeneer (1), MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Chocomel	Bibi (2), Jeremy Frieser (2), Nienke Plas (2), Senna Bellod (1), Gio (2), Furtjuh (1), De Zoete Zusjes (1), Dee van der zeeuw (2), Harm (2), Ronald (1), Gewoon Thomas (1), Familie Lakap (1), Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Chupa Chups (sparkling)	Hanwe (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Chuppa Chups	Bibi (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Coca beer	Jade Anna (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Coca-Cola	de Bellingas (6), Harm (17), Gamemeneer (2), Bibi (1), Furtjuh (8), Familie Lakap (5), Gio (17), Stefan de Vries 95 (5), Stuk TV (4), Matthy (2), Gewoon Thomas (3), Nienke Plas (5), Jade Anna (8), Jeremy Frieser (6), Koen1 (1), De Zoete Zusjes (1), Senna Bellod (2), Jesse hoefnagels (4), Don (2), Bankzitters (3), Boaz (3), MeisjeDjamilla (6), Kalvijn (3), Hanwe (1), Dee van der zeeuw (3), Enzo Knol (9), Luan Bellinga (1), Milan Knol (1), Clonny Games (1), Royalistiq (1), Harm (2)	Nee, doelgr. onb.[105]	Nee
Coloridos	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

[105] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Conimex (sweet chili)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Coolbest	Nienke Plas (6)	Nee, doelgr. onb.[106]	Nee
Corona	Kalvijn (1), Gio (1), Bankzitters (1), Jeremy Frieser (1), Stuk TV (2), Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Corona (extra)	Bankzitters (1), Harm (3), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Cotton candy bar by nouck en bellod	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Cristal	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Croma (vloeibare boter)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Crystal Clear	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.[107]	Nee
Daim	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Danio (Vanille kwark)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Bourgondier (oven bitterballen)	Boaz (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
de Gooische banketbakker (boter creme)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Pindakaaswinkel (Knoflook/gebakken ui, Koffie/Zeezout, dadel/kaneel, chilipeper/citroengras, Sport)	Matthy (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Ruijter	Familie Lakap (1), Gio (2), Nienke Plas (2), Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Ruijter (gestampte muisjes)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Ruijter (hagelslag)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Ruijter (muisjes)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Ruijter (pure hagelslag)	Dee van der zeeuw (1), Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Ruijter (traktaties)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

[106] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[107] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

De Ruijter (vlokken)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Delicata (wit)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Deluxe (mini kerstboompjes broodjes, ice cream)	Dee van der zeeuw (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Desperados	Don (1), Jade Anna (1), Gio (5), Harm (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Develey (frietsaus)	Stefan de Vries 95 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dextro energy	Harm (2), Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dino eggs	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dirt Soda	Dutchtuber (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Domino's	Gamemeneer (2), Bibi (1), Furtjuh (2), Gio (1), Jesse hoefnagels (1), Milan Knol (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dommelsch	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Donald Duck Orange juice	Onnedi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dors	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dos Mas	Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Double dip	Familie Lakap (4)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr Candy	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr Pepper (cotton candy)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr. Oetker	De Zoete Zusjes (2), Gio (1), Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr. Oetker (biscuit taart naturel)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr. Oetker (jelly)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr. Oetker (midnight magic mix)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr. Oetker (pizza)	Koen1 (1), Jeremy Frieser (1),	Nee, doelgr.	Nee

	Bankzitters (1)	onb.	
Dr. Pepper	MeisjeDjamilla (1), Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.[108]	Nee
Dr. Pepper (cotton candy)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr. Sour (watermeloen chews, Aardbei en blauwe bes gummies)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr. Sweet (fruit smackers)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dranktap.nl	Jade Anna (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Drinkwithmates (cocktailbar, Gold vodka, Smirnoff vodka, Amstel, Santa Alicia (wijn)	Dee van der zeeuw (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dropshot	Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dubbeldrank	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.[109]	Nee
DubbelFrisss	Enzo Knol (1), Dee van der zeeuw (1), Milan Knol (1), Don (1), Bibi (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.[110]	Nee
Duo Penotti	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Duvel	Bibi (1), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Duyvis (plankje cocktail)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Echte Boter	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Edible Art	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
E-energydrink	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Elvee bonbons	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Emilie's chocoladen en candys werkstatt	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Erdinger (weissbier)	Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

[108] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)..
[109] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

[110] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Eru Goudkuipje	de Bellingas (3), Nienke Plas (1), Koen1 (1), Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Esbjaerg	Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Espresso Martini met Baileys	Nikkie Tutorials (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fairtrade original (kokosmelk)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fanta	Familie Lakap (6), Gio (6), Harm (4), Nienke Plas (3), Bankzitters (1), Koen1 (1), De Zoete Zusjes (2), Stefan de Vries 95 (2), Jeremy Frieser (2), Enzo Knol (14), Dee van der zeeuw (2), de Bellingas (3), Stuk TV (1), Milan Knol (1), Jesse hoefnagels (1), Don (1), Royalistiq (4)	Nee, doelgr. onb.[111]	Nee
Febo	Harm (1), Bankzitters (2), Nienke Plas (1), Milan Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fentimans (victorian lemonade)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fernandes	Nienke Plas (3), Harm (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fernandes (green punch)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fernandes (groen)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ferrero Rocher	Familie Lakap (3)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fever Tree (elder flower tonic water)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fin Carré	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fine Life (tortilla chips)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Finley[112]	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.[113]	Nee
Flake	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Flamethrower candy's (toe of satan challenge)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr.	Nee

[111] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[112] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[113] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

		onb.	
Fluffy stuff (pops)	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Flugel	Jesse hoefnagels (2), Harm (3), Bankzitters (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Flying Saucers	Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Frank's (red hot original saus)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Frisia	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fruit Roll-Up	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fruittella	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fuchs (kruidenmix)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fuerza (original en met taurine en cafeïne suikervrij)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fulfil	Harm (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fun cake	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fuze Tea	de Bellingas (3), Familie Lakap (1), Bibi (1), Jeremy Frieser (1), Harm (1), Jesse hoefnagels (1), Don (1), Enzo Knol (1), Gio (2)	Nee, doelgr. onb.[114]	Nee
Galaxy	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gall & Gall	Furtjuh (1), Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gatorade	Gamemeneer (1), MeisjeDjamilla (1), Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.[115]	Nee
Gazoz (turks drankje)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gewoon (hotdogs)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gewoon (jam)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

[114] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[115] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Gewoon (lange oren paashaas chips)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
ghMumm (mango, dragenfruit, ananas)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gig (hard seltzer)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Glowworms	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Go tan (sweet chili sauce)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gold	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gold (rosé, vodka, gin)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gold (vodka)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Golden Power energy drink	Enzo Knol (1), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Go-Tan (sweet chili sauce)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gouda (bierkaas)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Greetz (chocolade hart)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Grenade	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Grey Goose	Joost speelt spellen (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Grolsch	Hanwe (1), Bankzitters (2), Harm (2), Stefan de Vries 95 (1), Nienke Plas (1), Boaz (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Grolsch (0.0 radler)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Grolsch (krachtig kanon)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Grolsch (ook 0.0)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Grolsch 0.0 (radler)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Guinness	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gulpener	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Gummy Combo hot pepper	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Haagen-Dazs	Gamemeneer (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Haakon	Stuk TV (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hak (taart & vlaai fruit kersen)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Halo Top	Gio (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hands off (seriously dark 85% cocoa)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Haribo	Familie Lakap (7), Gewoon Thomas (1), De Zoete Zusjes (1), Furtjuh (1), Bankzitters (2), Kalvijn (1), Luan Bellinga (1), Koen1 (1), de Bellingas (2), Nienke Plas (3), MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Heerlijck Banket (mini roze koeken)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Heineken	Bankzitters (5), Harm (14), Don (12), Hanwe (1), Kalvijn (2), Gamemeneer (1), Gio (5), Nienke Plas (2), Senna Bellod (2), Matthy (1), de Bellingas (1), Koen1 (1), Familie Lakap (1), Stuk TV (1), Enzo Knol (1), Jesse hoefnagels (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Heineken (0.0)	Kalvijn (1), Harm (1), Matthy (1), Don (1), Milan Knol (1), Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Heineken (ook 0.0)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Heinz (sandwichspread)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hela (currysaus)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hellmann's (tomatenketchup)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hello Fresh (courgetterolletjes gevuld met kipgehakt en roomkaas)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hema (koffie, broodje kroket, aardbeitaartje in vanillesaus)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hema (kruidnoten tompouce smaak)	Dutchtuber (1)	Nee, doelgr.	Nee

		onb.	
Hema (kruidnoten, pepernoten, strooigoed, kruidnoten met tompouce smaak)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hema (kruidnoten, tompouce, stroopwafel, kokos met witte chocolade, fun mix, minder suiker, hollandse pepernoten)	Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hema (likkoekjes met fruitsmaak)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hennessy	Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hennessy fles (cognac)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hero (cassis en sinaasappel)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hero (cassis)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hero (jam)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hero (sinaasappelsap)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hero Btween	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Herr's	Dutchtuber (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hershey's	Gamemeneer (1), Stefan de Vries 95 (1), MeisjeDjamilla (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hertog (vanille)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hertog Jan	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hertog Jan	Bankzitters (7), Ties (4), Harm (22), Gio (10), Don (4), Enzo Knol (1), Gamemeneer (1), Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hertog Jan (grand prestige)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hoegaarden	Gio (1), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hoegaarden (rosée)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Holger	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Holy shot (ginger en lemon)	Harm (1)	Nee, doelgr.	Nee

		onb.	
Horno bakery (chocolade hart en taartje gluten vrij)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
I am (pinot grigio)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ichnusa (bier)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ikea (ijsje)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
I'm Smoothie	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jagermeister	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jamin	Familie Lakap (2), MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jean Baton mayonaise (black truffle)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jelly Belly (watermeloen)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
JellyStraws	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jif (pindakaas)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jimmy's	Senna Bellod (1), Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Joel Beuker gold dry (vodka)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Joel Beukers Gold Dry	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Joel Beukers Gold Dry (alcoholvrij)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Johma	Jade Anna (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Johma (kip samba)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Johma (tonijnsalade)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jouy n'icezz	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (augurk)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (basis maaltijdslade tonijn)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Jumbo (beschuit naturel)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (bio snoeptomaatjes, augurken, spicy zalm, tomatensap)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (bolognese pasta)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (chocolade letter melk)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (chocolademelk, magere yoghurt, multi fruitsiroop met appel, crunchy muesli, creamy crackers, fruit, bruin brood, botercreme, shoarmadijfilet, pittabroodjes, groenten)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (filet americain, brood)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (gember shots)	Boaz (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (gevulde koek)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (gevulde melkchocolade double caramel)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (ijskoffies Macchiato's)	Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (mager gehakt en jong geraspte kaas)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (magere kwark, belegen plakken, chorizo)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (roze koeken)	Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (slagroom)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (smeerkaas, Pecan noten, Prosciutto di Parma)	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (smokey angus burger, kipshaslick, barbecue worst, sparerib)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (spareribs)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (Sportdrank, chocolade puur extra)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (truffel mayonaise)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (witte chocolade pasta)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (witte chocolade reep)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr.	Nee

		onb.	
Jupiler	Harm (7), Jesse hoefnagels (1), Milan Knol (1), Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Juvé & Camps (brute -complimentair van het hotel)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kamphuisen (siroopwafels)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kanarie (lemon shots)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kania (ketchup)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kania (zout)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kanjers (stroopwafel)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Karo (light corn syrup)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Karvan Cevitam	Familie Lakap (1), Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kasteel bier (donker)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Katja	Matthy (1), De Zoete Zusjes (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ketel 1 (jenever)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
KFC	Stuk TV (1), Harm (3), Gio (8), Jeremy Frieser (1), Bankzitters (4), Familie Lakap (1), Stefan de Vries 95 (2), Boaz (2), Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kikkoman (sojasaus)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Killerbody (proteine reep)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kinder	Bibi (1), Harm (1), Familie Lakap (3), de Bellingas (1), Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
KitKat	Nienke Plas (1), De Zoete Zusjes (2), Milan Knol (1), Jeremy Frieser (1), Jade Anna (1), Furtjuh (1), Familie Lakap (5), de Bellingas (1), MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Klene	Matthy (1), Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Koetjes reep	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kool-aid (jammers)	Stefan de Vries 95 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Koopmans (cakemeel)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Koopmans (chocolade cake mix)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Koopmans (oliebollen)	Boaz (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Koopmans (wafelmix)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Koopmans (zandkoekjes)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kordaat	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Krikkies	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kronenbourg	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kruidvat (energy booster)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
La cmpagne (chardonnay)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
La Tour de By (Medoc)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
La trappe (trappist oak aged)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Laffy Taffy (druif)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Le Fort (trippel)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Leffe	Harm (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lentilky	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Leeuw Bier	Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Levante (aardappelbier)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Licor 43	Familie Lakap (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Liga	Jeremy Frieser (1), Bankzitters	Nee, doelgr.	Nee

	(2)	onb.	
Liga (cracotte)	Nienke Plas (3)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lil'Nitro (world hottest gummybear)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lindemans (moscato)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lion	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lipton	Gamemeneer (1), Bibi (3), Familie Lakap (3), Harm (5), Nienke Plas (2), Jade Anna (3), Jeremy Frieser (4), Koen1 (2), Gio (7), Senna Bellod (1), de Bellingas (3), Enzo Knol (4), Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.[116]	Nee
Lonka (soft nougat)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Look-o-Look	De Zoete Zusjes (1), Familie Lakap (1), MeisjeDjamilla (1), Stuk TV (1), Stefan de Vries 95 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Losalt	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lotte (koala's march-vanilla milk)	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lotus (gevulde wafels vanille, biscoff speculoos)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lu	Nienke Plas (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lucky charms	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lurpak (ongezouten roomboter)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
M&M's	Nienke Plas (2), Senna Bellod (1), Familie Lakap (11), Furtjuh (2), De Zoete Zusjes (2), Gio (2), Harm (3), Dee van der zeeuw (1), Bankzitters (2), de Bellingas (1), Jeremy Frieser (2), MeisjeDjamilla (3), Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Maaza (passie fruit)	Harm (1)	Nee, doelgr.	Nee

[116] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

		onb.	
Mad Sauce (Amerikaanse frietsaus)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Magnum	Bibi (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Malibu	Bankzitters (1), Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Maltesers	Furtjuh (2), Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mannekes	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Maoam	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mariënburg (81% rum)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Markus (stroopwafels)	Bankzitters (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mars	Bankzitters (1), Gewoon Thomas (1), Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Maza (hoemoes)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mee Chun (soy Sause)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Meito puka puka	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Melba's fixins (cherries en cream soda, Lemon meringue pie soda)	Dutchtuber (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Melkan (creme fraiche)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mentos	Harm (3), Jeremy Frieser (1), De Zoete Zusjes (2), Jade Anna (1), Kalvijn (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Merci	Gio (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mezzo mix	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.[117]	Nee
Mike & Ike	Familie Lakap (3)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mike en Ike (mega mix)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

[117] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Milbona(crefée kruidenkaas)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Milk Duds	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Milka	Gio (1), Nienke Plas (2), Familie Lakap (5), Harm (1), Furtjuh (3), Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Milkyway	Jeremy Frieser (1), Gewoon Thomas (1), Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Milsani (volle chocolademelk)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Milsani (volle yoghurt stracciatella)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
minime (poffertjes en koekjes)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Minute maid (appelsap)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Minute maid (appelsap, sinaasappelsap, 100% vit c)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mister choc twinkelz	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Moët	Familie Lakap (1), Matthy (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
MonChou	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Monin	Bibi (1), Jeremy Frieser (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Monin (Pumkin spice en vanilla)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Monin (white chocolade, vanilla, caramel)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Monster (energy drank)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Monster (energy drank)	Gamemeneer (1), Furtjuh (2), Stuk TV (1), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mora (kipsaté)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Moretti (bier)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Moser Roth (85 % cacao pure chocolade)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mountain Dew	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Mr Beast	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mr. Beast (chocolade)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
M'rinda orange	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mythos	Gio (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Napoleon	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Natrena (zoetjes)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Nerds	Familie Lakap (6), Luan Bellinga (1), MeisjeDjamilla (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Nestea	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.[118]	Nee
Nestlé	Gamemeneer (2), Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Nestlé (choclait chips)	Dee van der zeeuw (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Nestlé (choco crossies)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Nibbit	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
N'icezz	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
No fairytales (wortel tortilla)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Nobel (super mario snoepjes)	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Nordbrand pfefferminz	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Nutella	de Bellingas (10), Jeremy Frieser (1), Harm (2), Gamemeneer (1), Don (1), Familie Lakap (2), Nienke Plas (2), Furtjuh (1), Luan Bellinga (1), MeisjeDjamilla (1), Dee van der zeeuw (1), Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Oatly (havermelk)	Furtjuh (2), Beautygloss (2),	Nee, doelgr.	Nee

[118] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

	Gewoon Thomas (4), Harm (1)	onb.	
Ocean bomb	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Oldtimers (drop)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Olé	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Olifant	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Orangina	Gio (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.[119]	Nee
Oreo	Harm (3), Gio (4), Gewoon Thomas (5), De Zoete Zusjes (3), Koen1 (2), Jeremy Frieser (1), Stefan de Vries 95 (1), Bankzitters (2), Familie Lakap (3), de Bellingas (1), Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Osa fine spirits (blended scotch whisky)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ozujsko (croatisch bier)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pandy	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pasoa	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Paulaner (lager)	Boaz (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Peijnenburg	Nienke Plas (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Penotti (duo chocopasta)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pepero	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Peppernuts Amersfoort	Milan Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pepsi	Gamemeneer (4), Bibi (2), Familie Lakap (1), Gio (3), Harm (2), Boaz (1), Furtjuh (1), Stuk TV (1), Bankzitters (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.[120]	Nee

[119] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[120] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Pepsi Max	Harm (1), Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Perlembourg (panaché, 0, 5%)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Perlenbacher	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Peroni	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pez	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pickle in a pouch	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pindakaaswinkel	Gio (1), Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pindakaaswinkel (knoflook, gebakken ui, chillipeper, citroengras, stroopwafel, kaneel)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pindakaaswinkel (kokos zeezout)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pizza lolly	Stuk TV (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Plus (Ananas blokjes op siroop)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Plus (snoepmix, bruisend water)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pocky	Familie Lakap (1), Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Poiesz supermarkten (oranje koek gebak)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pokemon poke puni gummie	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Polar (bier)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pop tarts	Familie Lakap (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Powerade	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.[121]	Nee
Prima (mayonaise)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Proper	Familie Lakap (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee

[121] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Pudliszki (ketchup)	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pypke (wit)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Qdol (pokemon drink-japans)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Raak (gazeuse-cheecky cherry en cool blue)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Raffaello	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	nee
Rainbow candy	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Red Band	De Zoete Zusjes (1), Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Red hots (cinnamon flavored candy)	Dutchtuber (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
RedBull	Harm (10), Gamemeneer (2), Gio (4), Matthy (1), Bankzitters (2), Jade Anna (1), Jeremy Frieser (1), Boaz (2), Dee van der zeeuw (1), Stuk TV (1), Kalvijn (1), Jesse hoefnagels (1), Nienke Plas (1), Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Reddi wip (spuitbus slagroom)	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Reese's	Harm (1), Gamemeneer (1), MeisjeDjamilla (1), de Bellingas (1), Koen1 (1), Beautygloss (2), Familie Lakap (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Remia	Royalistiq (1), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Remia (knoflooksaus)	Dee van der zeeuw (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Remia (frietsaus)	Jesse hoefnagels (1), Stuk TV (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Reset	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Rinse (appelstroop)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ritter Sport (melk met hazelnoot)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Rivella	Jeremy Frieser (1), Bibi (4), Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.[122]	Nee
Rocketshot	Don (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Rol ups	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Romanée Conti	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Royal Club	Bankzitters (1), de Bellingas (1), Gio (1), Matthy (1)	Nee, doelgr. onb.[123]	Nee
Royal Club (shandy -0, 5 % alcohol)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Royco	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ruinart (champagne)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Safari	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Salentein (brut)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Salmari	Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
San Miguel	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Santa Maria (Tortilla original)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Schrobbeler	Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Schulp (appelsap)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Schulten brau	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Schweppes	Jesse hoefnagels (1), Gio (1), Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.[124]	Nee
Seagrant's	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sierra	Harm (1), Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

[122] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

[123] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

[124] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Silvo (kip pikant kruidenmix)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Singapore Blond ale	Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sisi	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.[125]	Nee
Skittles	Familie Lakap (4), Furtjuh (1), De Zoete Zusjes (1), MeisjeDjamilla (2), Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Smarties	de Bellingas (1), De Zoete Zusjes (2), Familie Lakap (1), MeisjeDjamilla (1), Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Smint	Familie Lakap (1), Jade Anna (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Smirnoff	Jesse hoefnagels (1), Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Smirnoff (vodka)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Smirnoff ice	Bankzitters (1), Gio (1), Harm (1), Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Snelle Jelle	Harm (3)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Snickers	Gamemeneer (1), Harm (3), Nienke Plas (1), Jeremy Frieser (2), Jade Anna (2), Bankzitters (1), MeisjeDjamilla (1), de Bellingas (1), Familie Lakap (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Solaes (klein verzet en landheer weizen)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sondey (bicuits)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sonnema Berenburg	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sour patch	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sour slime (cherry)	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sour strips	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

[125] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Sourcy	Harm (3), Bibi (1), Boaz (1), Bankzitters (2), Gio (3), Jeremy Frieser (1), Jade Anna (1), Jesse hoefnagels (1), Stuk TV (1)	Nee, doelgr. onb.[126]	Nee
Southern Comfort	Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Spa	Harm (11), Gio (10), Nienke Plas (1), Hanwe (1), Gewoon Thomas (2), Jade Anna (3), Furtjuh (1), de Bellingas (1), De Zoete Zusjes (1), Matthy (1), Senna Bellod (1), Koen1 (1), Bibi (1), Don (1), Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.[127]	Afh. v. prod.
Speckie	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sportlife	Gio (2), Dee van der zeeuw (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sprite	Gamemeneer (2), Furtjuh (1), Kalvijn (1), Jeremy Frieser (1), Harm (1), MeisjeDjamilla (1), Familie Lakap (2), Bankzitters (1), Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.[128]	Nee
Squirt	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (almond melk and blond rose en bananabread)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (chocolate chunky cookies)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (cinnamon roll, carrot cake, chocolatey waffle, coffee frappacino, matcha green tea, pink coconut refresha drink)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (double chocolate chip frappucino)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (frappuccino)	Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (ijskoffies: caramel, vanilla bean, dark chocolate, hazelnoot)	Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (ijslatte met amandelmelk)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (koffie en koekjes)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

[126] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)..
[127] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[128]Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Starbucks (macadamia koekje)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (strawberry refresher met kokosnootmelk)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (white cholate mocca frappucino)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Stauffenberg Vodka	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Stella Artois	Harm (4), Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Stelz	Gio (1), Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Stelz (peach)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Strawberries & chocolate	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Stroh 80	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Strongbow apple cider	Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Stroomberg Slijterij en wijnhandel	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Subway	Gamemeneer (4), Gewoon Thomas (2), Koen1 (1), Jeremy Frieser (2), de Bellingas (1), Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sultana	Harm (3), Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Summer (IPA)	Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sunny Bites (dates & nuts, energiemix)	Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Super saiyan rose	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Swedisch fish	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sweet Belgium (cuberdons)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sweet cakes (taart)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Swizzels double dip (orange en cherry)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
t Hoogeveens geluk	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr.	Nee

		onb.	
Tabasco	Gamemeneer (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Takis	Familie Lakap (9), De Zoete Zusjes (1), de Bellingas (2), Nienke Plas (2), Dutchtuber (1), Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Taksi	de Bellingas (2), Jeremy Frieser (1), Harm (2), Nienke Plas (1), Stuk TV (1)	Nee, doelgr. onb.[129]	Nee
Tasty Me	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tasty Popper	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Taxis	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tete de Moine (zwitserse kaas)	Milan Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Texels	Bankzitters (1), Harm (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
The toe of satan	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tic Tac	Familie Lakap (3), Nienke Plas (2), MeisjeDjamilla (1), Luan Bellinga (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tierra de don Quijote	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tiger (ook radler)	Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tikkels	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Toblerone	Ties (1), Nienke Plas (2), Dee van der zeeuw (1), Boaz (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Today (donut)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tomasu (soya saus)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tony's Chocolonely	Jade Anna (2), De Zoete Zusjes (1), Nienke Plas (1), Kalvijn (1), Senna Bellod (1), Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

[129] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Topking (Vlamtosti)	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tostitos	Gamemeneer (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Toxic waste	Gewoon Thomas (1), Familie Lakap (1), Dutchtuber (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Toxic waste	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Trolli	Familie Lakap (1), Dutchtuber (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tropicool (gonuts en the original brazilian)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tuc	de Bellingas (2), Harm (1), Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Turtle Chips	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Twinkelz	de Bellingas (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Twinkelz (hagelslag)	Harm (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Twix	de Bellingas (1), Furtjuh (1), De Zoete Zusjes (1), Dee van der zeeuw (1), Jesse hoefnagels (1), Bankzitters (1), Familie Lakap (1), Gewoon Thomas (1), Luan Bellinga (1), Familie Lakap (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Twizlers	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tyskie (pools bier)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Uiltje (blond)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Unox	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Unox (erwtensoep, knaks)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Unox (heldere kippensoep)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Unox (knacks)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Unox (romige pompoensoep)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Unox (soep)	Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Van Gilse (poedersuiker)	de Bellingas (1), Gio (1), De Zoete Zusjes (3), Furtjuh (1), Nienke Plas (1), Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Van Gilse (schenkstroop)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Van Meers (stroopwafel liquer)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
van Nolten's (hot mama)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Venco	Milan Knol (1), De Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Venz	Nienke Plas (2), Familie Lakap (2), Jeremy Frieser (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Verkade	Familie Lakap (2), Jesse hoefnagels (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Veuve Cliquot (brut)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Victoria	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Villa Massa (Limoncello)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Vino Tinto (persoonlijke fles voor Azimi)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Viper (hard seltzer lime)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Viper (hard seltzer)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Vomar (kipsaté, verse pizza, boerenkoolstampot)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Wai wai	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Walkers (stem gember)	Stefan de Vries 95 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Waltson (chips)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Warheads (sour green apple soda, extreme sour augurk, super sour gel)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Warheads (wedgies)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Whey Protein	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr.	Nee

		onb.	
Wicky[130]	Jeremy Frieser (1), Dee van der zeeuw (1), de Bellingas (2), Jesse hoefnagels (1), Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Wilhelmina	Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Wok to go	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Wonkey Balls	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Yan Yan	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zaanse Hoeve (volle romige yoghurt stracciatella)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zaanse mayonaise	Koen1 (1), Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zeeuws blond	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zeeuwse babbelaars	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zeeuwse roomboter babbelaars	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zoetwaren fabriek	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zuiver Zeeuws	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zum Kauwburger	Stefan de Vries 95 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

[130] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Bijlage 5 Voedingsmerken in YouTube-posts, vermoedelijk niet gesponsord

Bij alle onderstaande beoordelingen op basis van de RvV geldt: waarschijnlijk is de RvV hier niet van toepassing, omdat het geen reclame is. De getoonde beoordeling is het antwoord op de vraag of het product aan de voedingskundige criteria voldoet als het wel om reclame zou gaan.

Voldoet niet aan voedingskundige criteria RvV (doelgroep onbekend), staat niet in de Schijf van Vijf

Merk(en)	Youtuber	RvV	Sv5
1 de Beste (hagelslag melk)	de Bellingas (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
1 de Beste (hagelslag puur, rijstwafels)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
1 de beste (puur, melk en wit)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
1 de Beste (witte, melk en pure chocola, druiven)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
1 de beste Puur (chocolade)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
1 de Beste(hagelslag melk)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
24 ice (frozen cocktails)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
7up	Bibi (1), Furtjuh (2), Familie Lakap (3)	Nee, doelgr. onb.[131]	Nee
AA Drink	Harm (5), Gio (1), Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Adoeno primitivo di manduria (rode wijn)	Dee van der zeeuw (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Affligem	Bibi (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Airheads	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (aardbeien, bietjes, komkommer, puntpaprika, roomboter croissant, chiabattina's, volkoren bollen, beschuit bollen, rijstewafels, smeerkaas)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (aardbeien, frisse fruitdrank-appel, framboos, choc chip chocolade koekjes)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (amandel zeezout karamel, extra vierge	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

[131] Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

olijfolie)			
Albert Heijn (ananassap)	Hanwe (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (bami babi pangang)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (BBQ speklapjes, eiersalade)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (biologische volle melk, Gele room mix, Haverkoekjes)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (Brownies)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (cake, verse scharrel eieren, galette wafels)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (ceasar salade)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (cervelaat, mueslirepen, water, vlokken)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (chia zaad, volkoren haver, flatbread, cacoa nibs)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (chocoladerepen, marie biscuit)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (doosje zomerfruit, honing)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (filet americain, crackers)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (flatbread, cacao nibs, eierkoeken)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (frambozen, blauwe bessen, aardbeien, witte druiven, suikerstaafjes, houdbare volle melk)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (gember shot en water)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (gembershot)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (gevulde brie met kruiden)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (gevulde kano koeken, bokken pootjes)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (groente shot rode bieten)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (hagelslag, 100% pindakaas)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (Hagelslag, goed begin, 80% groentesap)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (ijsloude cappuccino en limoenen)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (keukenzout)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (melk chocolade reep)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (mix vlokken hagelslag)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (mozzarella salade, kip bacon salade, pepernoten)	Matthy (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (muffins, vers geperste smoothie met aardbei, banaan en appel, bruine bollen, mini rozijnenbollen)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (ontbijtspek)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (pancakes Banaan spelt)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (pedersuiker, romige tomatensoep)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (poedersuiker)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (puur hagelslag)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Albert Heijn (rijstwafels, groente shot rode biet)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (roze koeken, melk, soepstengels)	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (ruimte ijsjes, sinaasappelroom ijsjes, bosfruit ijsjes, mix van ijsjes)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (sap)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (sinaasappel- en appelsap)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (slagroom)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (slagroom, cocktail augurken, zilver uitjes, friet chips-naturel en zure room, tortilla chips, bio vanille ijs, verse sap)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (strooifeest karamel smaak bolletjes)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (suiker)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (tomaten ketchup)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (tongenworst, witte bollen)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (vanille suiker, Disco dip)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (vers geperst sap aarbei-sinaasappel, Ginger coffee)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (versgeperste smoothies -aardbei, banaan, appel of manga, maracuja, sinaasappel en Albert Heijn to go broodjes)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (vitamin drink-mago, guave-, Slagroom, Cakejes, casis, Cola)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (volle melk, keukenzout)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (wafels, amandel zeezout karamel)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (winkel en gembershots)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn (zoete aardappel friet, kip gehakt, gezeefde tomaten)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Albert Heijn excellent (salami met zomertruffel)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Aldi (diverse fruit, verse jus d'orange, party gebak zachte slagroomstam, appeltaart)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Alfa	Ties (2), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Alpa	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Alpro	Familie Lakap (1), Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.[132]	Afh. v. prod.
Amaretto	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Amstel	Bankzitters (2), Jeremy Frieser (1), Milan Knol (1), Gio (2), Don (2), Enzo Knol	Nee, doelgr. onb.	Nee

132 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

	(1), Hanwe (1)		
Amstel (pilsener)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Amstel (radler 0.0)	Dee van der zeeuw (1), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Amstel (Radler 2.0)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Amstel (radler)	Jade Anna (1), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Apenshot	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Aperol spritz	Bankzitters (1), Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Appelsientje	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.[133]	Nee
Apple Bandit	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Aquarius	Harm (7), Milan Knol (1), Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.[134]	Nee
Artesa nuts (corn, roasted en salted)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Asahi	Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Atelier Louis (amandel premium eclairs)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Australian (wafel)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Autodrop	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Aviko (zoete aardappel friet)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bacardi	Gio (2), Gamemeneer (1), Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bacchus	Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Balconi mix max	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Balisto	De Zoete Zusjes (1), Dee van der zeeuw (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ballantine's (whisky)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Barebells (milkshake vanille)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bavaria	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bavaria	Gio (1), Bankzitters (3), Matthy (1), Jesse hoefnagels (2), Harm (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Beanboozle	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Beefeater	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Beers of Belgium	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Belbake (melted snowman cookies)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Belvedere	Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

133 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

134 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

Belvedere (vodka)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ben & Jerry's	Harm (1), Furtjuh (2), Koen1 (1), De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ben's (kantonees saus)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bierworstje	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bifi	Harm (2), Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Big Daddy's Liquors	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Birra Moretti	Nienke Plas (1), Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Birrificio Angelo Poretti	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bolleke	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bolletje (beschuit)	de Bellingas (1), Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bolletje (kruidnoten)	Harm (1), Matthy (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bolletje (schudde buikjes)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bols (pornstar martini)	Jade Anna (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bombay Bramble (gin)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bounty	De Zoete Zusjes (1), Bankzitters (1), Familie Lakap (1), Gewoon Thomas (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Brain blasterz	Familie Lakap (3)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Brain Burnerz	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Brand	Harm (4), Milan Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Brets (geitenkaas en peper chips)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Brewdog	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bubbel gum	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bubblicious	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bud	Matthy (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Budweiser	Kalvijn (1), Gio (1), Bankzitters (1), Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Budweiser (bud light)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Buldak (hot chicken flavor noodles)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Bullit (energy drank)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Burger King (twister fries)	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
But	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Buys (Zoenen)	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
C2	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Cadbury	Gamemeneer (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Calvé (pindakaas met stukjes pinda)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Calvé (sambasaus)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Calypso	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Campina (roomboter)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Campina (slagroom)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Candy Pop	Familie Lakap (3)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Capri-Sun	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.[135]	Nee
Carbon	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Casablanca (bier)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Celebrations	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Chapel Hill (wijn)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Château Ratouin (pomerol)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Chazz	Familie Lakap (4)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Cheerios	Gamemeneer (1), MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Chocomel	Bibi (2), Jeremy Frieser (2), Nienke Plas (2), Senna Bellod (1), Gio (2), Furtjuh (1), De Zoete Zusjes (1), Dee van der zeeuw (2), Harm (2), Ronald (1), Gewoon Thomas (1), Familie Lakap (1), Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Chupa Chups (sparkling)	Hanwe (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Chuppa Chups	Bibi (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Coca beer	Jade Anna (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Coca-Cola	de Bellingas (6), Harm (17), Gamemeneer (2), Bibi (1), Furtjuh (8), Familie Lakap (5), Gio (17), Stefan de Vries 95 (5), Stuk TV (4), Matthy (2), Gewoon Thomas (3), Nienke Plas (5), Jade Anna (8), Jeremy Frieser (6), Koen1 (1), De Zoete Zusjes (1), Senna Bellod (2), Jesse hoefnagels (4), Don (2), Bankzitters (3), Boaz (3), MeisjeDjamilla (6), Kalvijn (3), Hanwe (1), Dee van der zeeuw (3), Enzo Knol (9), Luan Bellinga (1), Milan	Nee, doelgr. onb.[136]	Nee

135 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

136 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

	Knol (1), Clonny Games (1), Royalistiq (1), Harm (2)		
Coloridos	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Conimex (sweet chili)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Coolbest	Nienke Plas (6)	Nee, doelgr. onb.[137]	Nee
Corona	Kalvijn (1), Gio (1), Bankzitters (1), Jeremy Frieser (1), Stuk TV (2), Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Corona (extra)	Bankzitters (1), Harm (3), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Cotton candy bar by nouck en bellod	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Cristal	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Croma (vloeibare boter)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Crystal Clear	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.[138]	Nee
Daim	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Danio (Vanille kwark)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Bourgondier (oven bitterballen)	Boaz (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
de Gooische banketbakker (boter creme)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Pindakaaswinkel (Knoflook/gebakken ui, Koffie/Zeezout, dadel/kaneel, chilipeper/citroengras, Sport)	Matthy (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Ruijter	Familie Lakap (1), Gio (2), Nienke Plas (2), Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Ruijter (gestampte muisjes)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Ruijter (hagelslag)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Ruijter (muisjes)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Ruijter (pure hagelslag)	Dee van der zeeuw (1), Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Ruijter (traktaties)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
De Ruijter (vlokken)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Delicata (wit)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Deluxe (mini kerstboompjes broodjes, ice cream)	Dee van der zeeuw (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Desperados	Don (1), Jade Anna (1), Gio (5), Harm (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Develey (frietsaus)	Stefan de Vries 95 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dextro energy	Harm (2), Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

137 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

138 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

Dino eggs	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dirt Soda	Dutchtuber (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Domino's	Gamemeneer (2), Bibi (1), Furtjuh (2), Gio (1), Jesse hoefnagels (1), Milan Knol (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dommelsch	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Donald Duck Orange juice	Onnedi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dors	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dos Mas	Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Double dip	Familie Lakap (4)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr Candy	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr Pepper (cotton candy)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr. Oetker	De Zoete Zusjes (2), Gio (1), Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr. Oetker (biscuit taart naturel)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr. Oetker (jelly)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr. Oetker (midnight magic mix)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr. Oetker (pizza)	Koen1 (1), Jeremy Frieser (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr. Pepper	MeisjeDjamilla (1), Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.139	Nee
Dr. Pepper (cotton candy)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr. Sour (watermeloen chews, Aardbei en blauwe bes gummies)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dr. Sweet (fruit smackers)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dranktap.nl	Jade Anna (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Drinkwithmates (cocktailbar, Gold vodka, Smirnoff vodka, Amstel, Santa Alicia (wijn)	Dee van der zeeuw (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dropshot	Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Dubbeldrank	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.140	Nee
DubbelFrisss	Enzo Knol (1), Dee van der zeeuw (1), Milan Knol (1), Don (1), Bibi (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.141	Nee
Duo Penotti	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

139 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2
140 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2
141 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

Duvel	Bibi (1), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Duyvis (plankje cocktail)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Echte Boter	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Edible Art	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
E-energydrink	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Elvee bonbons	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Emilie's chocoladen en candys werkstatt	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Erdinger (weissbier)	Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Eru Goudkuipje	de Bellingas (3), Nienke Plas (1), Koen1 (1), Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Esbjaerg	Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Espresso Martini met Baileys	Nikkie Tutorials (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fairtrade original (kokosmelk)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fanta	Familie Lakap (6), Gio (6), Harm (4), Nienke Plas (3), Bankzitters (1), Koen1 (1), De Zoete Zusjes (2), Stefan de Vries 95 (2), Jeremy Frieser (2), Enzo Knol (14), Dee van der zeeuw (2), de Bellingas (3), Stuk TV (1), Milan Knol (1), Jesse hoefnagels (1), Don (1), Royalistiq (4)	Nee, doelgr. onb.[142]	Nee
Febo	Harm (1), Bankzitters (2), Nienke Plas (1), Milan Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fentimans (victorian lemonade)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fernandes	Nienke Plas (3), Harm (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fernandes (green punch)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fernandes (groen)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ferrero Rocher	Familie Lakap (3)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fever Tree (elder flower tonic water)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fin Carré	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fine Life (tortilla chips)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Finley[143]	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.[144]	Nee

142 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2
143 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2
144 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

Flake	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Flamethrower candy's (toe of satan challenge)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fluffy stuff (pops)	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Flugel	Jesse hoefnagels (2), Harm (3), Bankzitters (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Flying Saucers	Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Frank's (red hot original saus)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Frisia	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fruit Roll-Up	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fruittella	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fuchs (kruidenmix)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fuerza (original en met taurine en cafeïne suikervrij)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fulfil	Harm (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fun cake	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Fuze Tea	de Bellingas (3), Familie Lakap (1), Bibi (1), Jeremy Frieser (1), Harm (1), Jesse hoefnagels (1), Don (1), Enzo Knol (1), Gio (2)	Nee, doelgr. onb.145	Nee
Galaxy	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gall & Gall	Furtjuh (1), Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gatorade	Gamemeneer (1), MeisjeDjamilla (1), Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.146	Nee
Gazoz (turks drankje)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gewoon (hotdogs)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gewoon (jam)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gewoon (lange oren paashaas chips)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
ghMumm (mango, dragenfruit, ananas)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gig (hard seltzer)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Glowworms	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Go tan (sweet chili sauce)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gold	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gold (rosé, vodka, gin)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gold (vodka)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Golden Power energy drink	Enzo Knol (1), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

145 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2.

146 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

Go-Tan (sweet chili sauce)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gouda (bierkaas)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Greetz (chocolade hart)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Grenade	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Grey Goose	Joost speelt spellen (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Grolsch	Hanwe (1), Bankzitters (2), Harm (2), Stefan de Vries 95 (1), Nienke Plas (1), Boaz (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Grolsch (0.0 radler)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Grolsch (krachtig kanon)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Grolsch (ook 0.0)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Grolsch 0.0 (radler)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Guinness	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gulpener	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Gummy Combo hot pepper	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Haagen-Dazs	Gamemeneer (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Haakon	Stuk TV (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hak (taart & vlaai fruit kersen)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Halo Top	Gio (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hands off (seriously dark 85% cocoa)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Haribo	Familie Lakap (7), Gewoon Thomas (1), De Zoete Zusjes (1), Furtjuh (1), Bankzitters (2), Kalvijn (1), Luan Bellinga (1), Koen1 (1), de Bellingas (2), Nienke Plas (3), MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Heerlijck Banket (mini roze koeken)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Heineken	Bankzitters (5), Harm (14), Don (12), Hanwe (1), Kalvijn (2), Gamemeneer (1), Gio (5), Nienke Plas (2), Senna Bellod (2), Matthy (1), de Bellingas (1), Koen1 (1), Familie Lakap (1), Stuk TV (1), Enzo Knol (1), Jesse hoefnagels (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Heineken (0.0)	Kalvijn (1), Harm (1), Matthy (1), Don (1), Milan Knol (1), Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Heineken (ook 0.0)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Heinz (sandwichspread)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hela (currysaus)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Hellmann's (tomatenketchup)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hello Fresh (courgetterolletjes gevuld met kipgehakt en roomkaas)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hema (koffie, broodje kroket, aardbeitaartje in vanillesaus)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hema (kruidnoten tompouce smaak)	Dutchtuber (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hema (kruidnoten, pepernoten, strooigoed, kruidnoten met tompouce smaak)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hema (kruidnoten, tompouce, stroopwafel, kokos met witte chocolade, fun mix, minder suiker, hollandse pepernoten)	Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hema (likkoekjes met fruitsmaak)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hennessy	Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hennessy fles (cognac)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hero (cassis en sinaasappel)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hero (cassis)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hero (jam)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hero (sinaasappelsap)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hero Btween	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Herr's	Dutchtuber (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hershey's	Gamemeneer (1), Stefan de Vries 95 (1), MeisjeDjamilla (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hertog (vanille)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hertog Jan	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hertog Jan	Bankzitters (7), Ties (4), Harm (22), Gio (10), Don (4), Enzo Knol (1), Gamemeneer (1), Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hertog Jan (grand prestige)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hoegaarden	Gio (1), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Hoegaarden (rosée)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Holger	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Holy shot (ginger en lemon)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Horno bakery (chocolade hart en taartje gluten vrij)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
I am (pinot grigio)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ichnusa (bier)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ikea (ijsje)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
I'm Smoothie	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jagermeister	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Jamin	Familie Lakap (2), MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jean Baton mayonaise (black truffle)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jelly Belly (watermeloen)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
JellyStraws	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jif (pindakaas)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jimmy's	Senna Bellod (1), Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Joel Beuker gold dry (vodka)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Joel Beukers Gold Dry	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Joel Beukers Gold Dry (alcoholvrij)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Johma	Jade Anna (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Johma (kip samba)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Johma (tonijnsalade)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jouy n'icezz	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (augurk)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (basis maaltijdslade tonijn)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (beschuit naturel)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (bio snoeptomaatjes, augurken, spicy zalm, tomatensap)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (bolognese pasta)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (chocolade letter melk)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (chocolademelk, magere yoghurt, multi fruitsiroop met appel, crunchy muesli, creamy crackers, fruit, bruin brood, botercreme, shoarmadijfilet, pittabroodjes, groenten)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (filet americain, brood)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (gember shots)	Boaz (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (gevulde koek)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (gevulde melkchocolade double caramel)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (ijskoffies Macchiato's)	Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (mager gehakt en jong geraspte kaas)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (magere kwark, belegen plakken, chorizo)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (roze koeken)	Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (slagroom)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (smeerkaas, Pecan noten, Prosciutto di Parma)	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (smokey angus burger, kipshaslick, barbecue worst, spareribs)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (spareribs)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Jumbo (Sportdrank, chocolade puur extra)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (truffel mayonaise)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (witte chocolade pasta)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jumbo (witte chocolade reep)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Jupiler	Harm (7), Jesse hoefnagels (1), Milan Knol (1), Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Juvé & Camps (brute -complimentair van het hotel)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kamphuisen (siroopwafels)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kanarie (lemon shots)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kania (ketchup)	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kania (zout)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kanjers (stroopwafel)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Karo (light corn syrup)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Karvan Cevitam	Familie Lakap (1), Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kasteel bier (donker)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Katja	Matthy (1), De Zoete Zusjes (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ketel 1 (jenever)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
KFC	Stuk TV (1), Harm (3), Gio (8), Jeremy Frieser (1), Bankzitters (4), Familie Lakap (1), Stefan de Vries 95 (2), Boaz (2), Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kikkoman (sojasaus)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Killerbody (proteine reep)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kinder	Bibi (1), Harm (1), Familie Lakap (3), de Bellingas (1), Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
KitKat	Nienke Plas (1), De Zoete Zusjes (2), Milan Knol (1), Jeremy Frieser (1), Jade Anna (1), Furtjuh (1), Familie Lakap (5), de Bellingas (1), MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Klene	Matthy (1), Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Koetjes reep	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kool-aid (jammers)	Stefan de Vries 95 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Koopmans (cakemeel)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Koopmans (chocolade cake mix)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Koopmans (oliebollen)	Boaz (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Koopmans (wafelmix)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Koopmans (zandkoekjes)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kordaat	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Krikkies	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kronenbourg	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Kruidvat (energy booster)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
La cmpagne (chardonnay)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
La Tour de By (Medoc)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
La trappe (trappist oak aged)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Laffy Taffy (druif)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Le Fort (trippel)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Leffe	Harm (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lentilky	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Leeuw Bier	Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Levante (aardappelbier)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Licor 43	Familie Lakap (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Liga	Jeremy Frieser (1), Bankzitters (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Liga (cracotte)	Nienke Plas (3)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lil'Nitro (world hottest gummybear)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lindemans (moscato)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lion	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lipton	Gamemeneer (1), Bibi (3), Familie Lakap (3), Harm (5), Nienke Plas (2), Jade Anna (3), Jeremy Frieser (4), Koen1 (2), Gio (7), Senna Bellod (1), de Bellingas (3), Enzo Knol (4), Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.[147]	Nee
Lonka (soft nougat)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Look-o-Look	De Zoete Zusjes (1), Familie Lakap (1), MeisjeDjamilla (1), Stuk TV (1), Stefan de Vries 95 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Losalt	Bibi (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lotte (koala's march-vanilla milk)	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lotus (gevulde wafels vanille, biscoff speculoos)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

147 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

Lu	Nienke Plas (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lucky charms	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Lurpak (ongezouten roomboter)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
M&M's	Nienke Plas (2), Senna Bellod (1), Familie Lakap (11), Furtjuh (2), De Zoete Zusjes (2), Gio (2), Harm (3), Dee van der zeeuw (1), Bankzitters (2), de Bellingas (1), Jeremy Frieser (2), MeisjeDjamilla (3), Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Maaza (passie fruit)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mad Sauce (Amerikaanse frietsaus)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Magnum	Bibi (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Malibu	Bankzitters (1), Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Maltesers	Furtjuh (2), Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mannekes	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Maoam	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mariënburg (81% rum)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Markus (stroopwafels)	Bankzitters (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mars	Bankzitters (1), Gewoon Thomas (1), Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Maza (hoemoes)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mee Chun (soy Sause)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Meito puka puka	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Melba's fixins (cherries en cream soda, Lemon meringue pie soda)	Dutchtuber (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Melkan (creme fraiche)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mentos	Harm (3), Jeremy Frieser (1), De Zoete Zusjes (2), Jade Anna (1), Kalvijn (1), Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Merci	Gio (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mezzo mix	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.148	Nee
Mike & Ike	Familie Lakap (3)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mike en Ike (mega mix)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Milbona(crefée kruidenkaas)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

148 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

Milk Duds	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Milka	Gio (1), Nienke Plas (2), Familie Lakap (5), Harm (1), Furtjuh (3), Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Milkyway	Jeremy Frieser (1), Gewoon Thomas (1), Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Milsani (volle chocolademelk)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Milsani (volle yoghurt stracciatella)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
minime (poffertjes en koekjes)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Minute maid (appelsap)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Minute maid (appelsap, sinaasappelsap, 100% vit c)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mister choc twinkelz	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Moët	Familie Lakap (1), Matthy (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
MonChou	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Monin	Bibi (1), Jeremy Frieser (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Monin (Pumkin spice en vanilla)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Monin (white chocolade, vanilla, caramel)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Monster (energy drank)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Monster (energy drank)	Gamemeneer (1), Furtjuh (2), Stuk TV (1), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mora (kipsaté)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Moretti (bier)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Moser Roth (85 % cacao pure chocolade)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mountain Dew	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mr Beast	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mr. Beast (chocolade)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
M'rinda orange	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Mythos	Gio (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Napoleon	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Natrena (zoetjes)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Nerds	Familie Lakap (6), Luan Bellinga (1), MeisjeDjamilla (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Nestea	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.[149]	Nee
Nestlé	Gamemeneer (2), Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Nestlé (choclait chips)	Dee van der zeeuw (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Nestlé (choco crossies)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

149 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

Nibbit	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
N'icezz	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
No fairytales (wortel tortilla)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Nobel (super mario snoepjes)	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Nordbrand pfefferminz	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Nutella	de Bellingas (10), Jeremy Frieser (1), Harm (2), Gamemeneer (1), Don (1), Familie Lakap (2), Nienke Plas (2), Furtjuh (1), Luan Bellinga (1), MeisjeDjamilla (1), Dee van der zeeuw (1), Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Oatly (havermelk)	Furtjuh (2), Beautygloss (2), Gewoon Thomas (4), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ocean bomb	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Oldtimers (drop)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Olé	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Olifant	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Orangina	Gio (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.150	Nee
Oreo	Harm (3), Gio (4), Gewoon Thomas (5), De Zoete Zusjes (3), Koen1 (2), Jeremy Frieser (1), Stefan de Vries 95 (1), Bankzitters (2), Familie Lakap (3), de Bellingas (1), Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Osa fine spirits (blended scotch whisky)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ozujsko (croatisch bier)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pandy	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pasoa	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Paulaner (lager)	Boaz (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Peijnenburg	Nienke Plas (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Penotti (duo chocopasta)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pepero	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Peppernuts Amersfoort	Milan Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pepsi	Gamemeneer (4), Bibi (2),	Nee, doelgr. onb.151	Nee

150 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

151 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

	Familie Lakap (1), Gio (3), Harm (2), Boaz (1), Furtjuh (1), Stuk TV (1), Bankzitters (1), de Bellingas (1)		
Pepsi Max	Harm (1), Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Perlembourg (panaché, 0, 5%)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Perlenbacher	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Peroni	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pez	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pickle in a pouch	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pindakaaswinkel	Gio (1), Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pindakaaswinkel (knoflook, gebakken ui, chillipeper, citroengras, stroopwafel, kaneel)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pindakaaswinkel (kokos zeezout)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pizza lolly	Stuk TV (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Plus (Ananas blokjes op siroop)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Plus (snoepmix, bruisend water)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pocky	Familie Lakap (1), Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Poiesz supermarkten (oranje koek gebak)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pokemon poke puni gummie	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Polar (bier)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pop tarts	Familie Lakap (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Powerade	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.[152]	Nee
Prima (mayonaise)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Proper	Familie Lakap (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pudliszki (ketchup)	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Pypke (wit)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Qdol (pokemon drink-japans)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Raak (gazeuse-cheecky cherry en cool blue)	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Raffaello	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	nee
Rainbow candy	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Red Band	De Zoete Zusjes (1), Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Red hots (cinnamon flavored candy)	Dutchtuber (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
RedBull	Harm (10), Gamemeneer (2), Gio (4), Matthy (1),	Nee, doelgr. onb.	Nee

152 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

	Bankzitters (2), Jade Anna (1), Jeremy Frieser (1), Boaz (2), Dee van der zeeuw (1), Stuk TV (1), Kalvijn (1), Jesse hoefnagels (1), Nienke Plas (1), Don (1)		
Reddi wip (spuitbus slagroom)	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Reese's	Harm (1), Gamemeneer (1), MeisjeDjamilla (1), de Bellingas (1), Koen1 (1), Beautygloss (2), Familie Lakap (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Remia	Royalistiq (1), Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Remia (knoflooksaus)	Dee van der zeeuw (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Remia (frietsaus)	Jesse hoefnagels (1), Stuk TV (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Reset	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Rinse (appelstroop)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ritter Sport (melk met hazelnoot)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Rivella	Jeremy Frieser (1), Bibi (4), Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.153	Nee
Rocketshot	Don (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Rol ups	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Romanée Conti	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Royal Club	Bankzitters (1), de Bellingas (1), Gio (1), Matthy (1)	Nee, doelgr. onb.154	Nee
Royal Club (shandy -0, 5 % alcohol)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Royco	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Ruinart (champagne)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Safari	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Salentein (brut)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Salmari	Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
San Miguel	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Santa Maria (Tortilla original)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Schrobbeler	Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Schulp (appelsap)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Schulten brau	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

153 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

154 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

Schweppes	Jesse hoefnagels (1), Gio (1), Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.155	Nee
Seagrant's	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sierra	Harm (1), Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Silvo (kip pikant kruidenmix)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Singapore Blond ale	Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sisi	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.156	Nee
Skittles	Familie Lakap (4), Furtjuh (1), De Zoete Zusjes (1), MeisjeDjamilla (2), Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Smarties	de Bellingas (1), De Zoete Zusjes (2), Familie Lakap (1), MeisjeDjamilla (1), Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Smint	Familie Lakap (1), Jade Anna (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Smirnoff	Jesse hoefnagels (1), Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Smirnoff (vodka)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Smirnoff ice	Bankzitters (1), Gio (1), Harm (1), Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Snelle Jelle	Harm (3)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Snickers	Gamemeneer (1), Harm (3), Nienke Plas (1), Jeremy Frieser (2), Jade Anna (2), Bankzitters (1), MeisjeDjamilla (1), de Bellingas (1), Familie Lakap (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Solaes (klein verzet en landheer weizen)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sondey (bicuits)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sonnema Berenburg	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sour patch	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sour slime (cherry)	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sour strips	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sourcy	Harm (3), Bibi (1), Boaz (1), Bankzitters (2), Gio (3), Jeremy Frieser (1), Jade Anna	Nee, doelgr. onb.157	Nee

155 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2
156 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2
157 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

	(1), Jesse hoefnagels (1), Stuk TV (1)		
Southern Comfort	Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Spa	Harm (11), Gio (10), Nienke Plas (1), Hanwe (1), Gewoon Thomas (2), Jade Anna (3), Furtjuh (1), de Bellingas (1), De Zoete Zusjes (1), Matthy (1), Senna Bellod (1), Koen1 (1), Bibi (1), Don (1), Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.158	Afh. v. prod.
Speckie	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sportlife	Gio (2), Dee van der zeeuw (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sprite	Gamemeneer (2), Furtjuh (1), Kalvijn (1), Jeremy Frieser (1), Harm (1), MeisjeDjamilla (1), Familie Lakap (2), Bankzitters (1), Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.159	Nee
Squirt	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (almond melk and blond rose en bananabread)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (chocolate chunky cookies)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (cinnamon roll, carrot cake, chocolatey waffle, coffee frappacino, matcha green tea, pink coconut refresha drink)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (double chocolate chip frappucino)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (frappuccino)	Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (ijskoffies: caramel, vanilla bean, dark chocolate, hazelnoot)	Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (ijslatte met amandelmelk)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (koffie en koekjes)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (macadamia koekje)	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (strawberry refresher met kokosnootmelk)	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Starbucks (white cholate mocca frappucino)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Stauffenberg Vodka	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Stella Artois	Harm (4), Jesse hoefnagels (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Stelz	Gio (1), Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

158 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2
159 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

Stelz (peach)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Strawberries & chocolate	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Stroh 80	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Strongbow apple cider	Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Stroomberg Slijterij en wijnhandel	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Subway	Gamemeneer (4), Gewoon Thomas (2), Koen1 (1), Jeremy Frieser (2), de Bellingas (1), Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sultana	Harm (3), Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Summer (IPA)	Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sunny Bites (dates & nuts, energiemix)	Ties (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Super saiyan rose	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Swedisch fish	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sweet Belgium (cuberdons)	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Sweet cakes (taart)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Swizzels double dip (orange en cherry)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
t Hoogeveens geluk	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tabasco	Gamemeneer (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Takis	Familie Lakap (9), De Zoete Zusjes (1), de Bellingas (2), Nienke Plas (2), Dutchtuber (1), Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Taksi	de Bellingas (2), Jeremy Frieser (1), Harm (2), Nienke Plas (1), Stuk TV (1)	Nee, doelgr. onb.160	Nee
Tasty Me	De Zoete Zusjes (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tasty Popper	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Taxis	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tete de Moine (zwitserse kaas)	Milan Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Texels	Bankzitters (1), Harm (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
The toe of satan	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tic Tac	Familie Lakap (3), Nienke Plas (2), MeisjeDjamilla (1), Luan Bellinga (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tierra de don Quijote	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tiger (ook radler)	Kalvijn (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tikkels	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

160 Aangesloten bij UNESDA, zie paragraaf 1.2

Toblerone	Ties (1), Nienke Plas (2), Dee van der zeeuw (1), Boaz (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Today (donut)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tomasu (soya saus)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tony's Chocolonely	Jade Anna (2), De Zoete Zusjes (1), Nienke Plas (1), Kalvijn (1), Senna Bellod (1), Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Topking (Vlamtosti)	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tostitos	Gamemeneer (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Toxic waste	Gewoon Thomas (1), Familie Lakap (1), Dutchtuber (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Toxic waste	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Trolli	Familie Lakap (1), Dutchtuber (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tropicool (gonuts en the original brazilian)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tuc	de Bellingas (2), Harm (1), Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Turtle Chips	Beautygloss (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Twinkelz	de Bellingas (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Twinkelz (hagelslag)	Harm (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Twix	de Bellingas (1), Furtjuh (1), De Zoete Zusjes (1), Dee van der zeeuw (1), Jesse hoefnagels (1), Bankzitters (1), Familie Lakap (1), Gewoon Thomas (1), Luan Bellinga (1), Familie Lakap (2)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Twizlers	MeisjeDjamilla (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Tyskie (pools bier)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Uiltje (blond)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Unox	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Unox (erwtensoep, knaks)	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Unox (heldere kippensoep)	de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Unox (knacks)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Unox (romige pompoensoep)	Furtjuh (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Unox (soep)	Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Van Gilse (poedersuiker)	de Bellingas (1), Gio (1), De Zoete Zusjes (3), Furtjuh (1), Nienke Plas (1), Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Van Gilse (schenkstroop)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Van Meers (stroopwafel liquer)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
van Nolten's (hot mama)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Venco	Milan Knol (1), De Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Venz	Nienke Plas (2), Familie Lakap (2), Jeremy Frieser (1), de Bellingas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Verkade	Familie Lakap (2), Jesse hoefnagels (1), Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Veuve Cliquot (brut)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Victoria	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Villa Massa (Limoncello)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Vino Tinto (persoonlijke fles voor Azimi)	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Viper (hard seltzer lime)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Viper (hard seltzer)	Jade Anna (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Vomar (kipsaté, verse pizza, boerenkoolstampot)	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Wai wai	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Walkers (stem gember)	Stefan de Vries 95 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Waltson (chips)	Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Warheads (sour green apple soda, extreme sour augurk, super sour gel)	Gewoon Thomas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Warheads (wedgies)	Familie Lakap (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Whey Protein	Senna Bellod (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Wilhelmina	Luan Bellinga (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Wok to go	Enzo Knol (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Wonkey Balls	Bankzitters (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Yan Yan	Koen1 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zaanse Hoeve (volle romige yoghurt stracciatella)	Gio (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zaanse mayonaise	Koen1 (1), Don (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zeeuws blond	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zeeuwse babbelaars	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zeeuwse roomboter babbelaars	Nienke Plas (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zoetwaren fabriek	Jeremy Frieser (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zuiver Zeeuws	Harm (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee
Zum Kauwburger	Stefan de Vries 95 (1)	Nee, doelgr. onb.	Nee

Voldoet wel aan voedingskundige criteria RvV (doelgroep onbekend), staat niet in de Schijf van Vijf

Merk(en)	Youtuber	RvV	Sv5
1 de Beste (pannenkoekenmix naturel, jonge kaas)	de Bellingas (1)	Ja	Nee
1 de Beste (pannenkoekenmix)	de Bellingas (1)	Ja	Nee
1 de Beste(jong belegen kaas)	de Bellingas (1)	Ja	Afh. v. prod.
2Keep energy repen	Senna Bellod (1), Harm (1)	Ja	Nee
Activia	Gio (2)	Ja	Afh. v. prod.
Albert Heijn (amandelmelk, mild olijolie)	Harm (1)	Ja	Nee
Albert Heijn (frisse fruitdrank)	Nienke Plas (1)	Ja	Nee
Albert Heijn (ginger ale)	Nienke Plas (1)	Ja	Nee
Albert Heijn (handje noten en green goodness)	Harm (1)	Ja	Nee
Albert Heijn (maiswafels-paprika smaak, cottage cheese light, kalkoenfilet, zalmfilet)	Jade Anna (1)	Ja	Nee
Albert Heijn (mango, naanbrood, aardbei in blik, kipreepjes, edamame boontjes, orzo)	Jade Anna (1)	Ja	Nee
Albert Heijn (mild olijfolie, tortilla chips)	Furtjuh (1)	Ja	Nee
Albert Heijn (multi fruit sap)	Ronald (1)	Ja	Nee
Albert Heijn (vitamine water)	Harm (1)	Ja	Nee
Albert Heijn (volle melk)	De Zoete Zusjes (1)	Ja	Nee
Albert Heijn (witte bollen en mais brood)	Gio (1)	Ja	Nee
Albert Heijn (witte bollen)	Gio (1)	Ja	Nee
Albert Heijn (wrap falafel tomaat)	Nienke Plas (1)	Ja	Nee
All Seasons (italiaanse groentenschotel)	Jade Anna (1)	Ja	Nee
Alpro (amandelmelk)	Beautygloss (1), Jade Anna (1)	Ja	Nee
Alpro (oat milk)	Familie Lakap (1)	Ja	Nee
Arizona	Gio (2), Furtjuh (2)	Ja	Nee
Banderos (salsa dip)	Senna Bellod (1)	Ja	Nee
Barebells	Jade Anna (1)	Ja	Afh. v. prod.
Barebells	Jade Anna (2)	Ja	Afh. v. prod.
Belbake (patentbloem)	Bibi (1)	Ja	Nee
Billion (protein bar)	Boaz (1)	Ja	Niet beoordee

			ld
Blueband (halvarine)	Don (1), Dee van der zeeuw (1)	Ja	Nee
Bolletje (goed bezig)	Jesse hoefnagels (1)	Ja	Nee
Bolletje (ontbijt granen)	Nienke Plas (1)	Ja	Afh. v. prod.
Breyers delights (creamy chocolate ice cream)	Furtjuh (1)	Ja	Nee
Brinta	Gio (1)	Ja	Afh. v. prod.
Calvé (pindakaas)	Don (1), Kalvijn (1), Beautygloss (1), Dee van der zeeuw (1)	Ja	Nee
Charlie's organics	Kalvijn (3)	Ja	Nee
Cheesestring	Familie Lakap (2), Nienke Plas (1)	Ja	Nee
Cheetos	Bibi (1), Nienke Plas (3), Senna Bellod (1), Familie Lakap (14), Gio (3), Furtjuh (1), de Bellingas (1), Harm (1)	Ja	Nee
Chocomel (halfvol)	Nienke Plas (1)	Ja	Nee
Chovi Allioli	Senna Bellod (1)	Ja	Nee
Cinnamon toast chrunch cereal	Furtjuh (1)	Ja	Nee
Combino (spaghetti)	de Bellingas (1)	Ja	Afh. v. prod.
Croky	Harm (1), Gio (1), Familie Lakap (3)	Ja	Nee
Cup a soup (kip)	Luan Bellinga (1)	Ja	Nee
Dailey Chef (pannenkoeken en poffertjes)	Senna Bellod (1)	Ja	Nee
Danoontje	Nienke Plas (1)	Ja	Nee
De Vegetarische Slager (kipstuckjes)	Beautygloss (1)	Ja	Nee
Dealmans (stroopwafel)	Harm (1)	Ja	Nee
Dolce Gusto	de Bellingas (1)	Ja	Afh. v. prod.
Dorito's	Gamemeneer (1), Bankzitters (1), Senna Bellod (2), Gewoon Thomas (1), De Zoete Zusjes (1), Don (1), MeisjeDjamilla (3), Familie Lakap (2), Kalvijn (1), Dutchtuber (1), Milan Knol (1), Koen1 (1)	Ja	Nee
Ella (roomtoetje)	Jade Anna (1)	Ja	Nee
FitAid (energy drink)	Enzo Knol (4)	Ja	Nee
Focus Drink	Harm (1), Jeremy Frieser (1),	Ja	Nee

	Furtjuh (2), Enzo Knol (1), Hanwe (1)		
Freeway (green ice tea)	Harm (1)	Ja	Nee
Gazeuse	De Zoete Zusjes (1)	Ja	Nee
Good noodles	de Bellingas (1), Luan Bellinga (1)	Ja	Nee
Graze (honey cinnamon)	Nienke Plas (1)	Ja	Nee
Hak (rode bieten)	De Zoete Zusjes (1)	Ja	Afh. v. prod.
Healthy People (Kefir)	Bankzitters (1)	Ja	Afh. v. prod.
Healthy People (kokos water)	Enzo Knol (1)	Ja	Nee
Heb Organics (spaghetti en almondmilk)	MeisjeDjamilla (1)	Ja	Niet beoordeeld
Heinz (tomatenketchup zero)	Jade Anna (1)	Ja	Nee
Heinz (tomato frito)	Jeremy Frieser (1)	Ja	Nee
Hipro	Harm (3), Gio (2)	Ja	Afh. v. prod.
Holie (granola)	Jade Anna (1)	Ja	Afh. v. prod.
Hot chips	Familie Lakap (2)	Ja	Nee
Iglo (diepvriesdoperwten)	Don (1)	Ja	Afh. v. prod.
Isey (skyr)	Jade Anna (1), Don (1)	Ja	Afh. v. prod.
Jan Pannekoeken	Bankzitters (1)	Ja	Nee
Jumbo (amandeldrink)	Harm (1)	Ja	Nee
Jumbo (luchtige crackers naturel, beschuit)	Nienke Plas (1)	Ja	Nee
Juver (disfruta)	Gio (1)	Ja	Nee
Kelloggs (pops)	De Zoete Zusjes (1)	Ja	Nee
Kellogg's (tresor)	Furtjuh (2), Koen1 (1)	Ja	Nee
Kips (gesneden kipfilet tex mex)	Jade Anna (1)	Ja	Nee
Koko	Gewoon Thomas (1)	Ja	Nee
Koopmans (Pannenkoekenmix)	Beautygloss (1), Bibi (1), Furtjuh (1)	Ja	Nee
Lassie (parel couscous)	Jade Anna (1)	Ja	Nee
Lays	de Bellingas (1), Gamemeneer (1), Bibi (1), Furtjuh (3), Familie Lakap (10), Nienke Plas (2), Harm (3), Dee van der zeeuw	Ja	Nee

	(1), De Zoete Zusjes (1), Bankzitters (1), Enzo Knol (1), Gio (2), Boaz (1), Don (1), Stefan de Vries 95 (2)		
Lindahl's (proteine pudding)	Jade Anna (1)	Ja	Nee
Lu (lulu abc koekjes)	Beautygloss (1)	Ja	Nee
Lupack (hotdogs)	Ties (1)	Ja	Nee
Marcel v/d Wiel gebak (oliebollen)	Gewoon Thomas (1)	Ja	Nee
Melkan (amandel)	Jade Anna (2)	Ja	Nee
Metro Chef (frietsaus)	Stefan de Vries 95 (1)	Ja	Nee
Milsani (vanille vla)	de Bellingas (1)	Ja	Nee
Nalu (energy drank)	Harm (1)	Ja	Nee
Nestlé (pirulo frutti)	de Bellingas (1), Harm (1), Familie Lakap (1)	Ja	Nee
Nutrilon	Dee van der zeeuw (1)	Ja	Afh. v. prod.
NXT (proteine water)	Gio (2)	Ja	Nee
NXT level (protein shake)	Jade Anna (1)	Ja	Afh. v. prod.
Oatly	Furtjuh (1), Familie Lakap (2), Gewoon Thomas (1), Jeremy Frieser (1)	Ja	Nee
Oatly (haverdank halfvol)	Gewoon Thomas (1)	Ja	Nee
Ola (calippo, split, raket)	Gio (1)	Ja	Nee
Ola (festini aardbei)	Jeremy Frieser (1)	Ja	Nee
Ola (twister ijsjes)	de Bellingas (1)	Ja	Nee
Old Amsterdam (30plus kaas)	Beautygloss (1)	Ja	Nee
Optimel (0% vla met vanille smaak)	Gio (1)	Ja	Nee
Organix (mango, peer, granola)	Nienke Plas (1)	Ja	Nee
Pasquier pitch	Beautygloss (1)	Ja	Nee
Pathé popcorn	Senna Bellod (1), Familie Lakap (1)	Ja	Nee
Peter pan (pindakaas)	de Bellingas (1)	Ja	Nee
Petti (gezeefde tomatensaus)	Familie Lakap (1)	Ja	Nee
Plop Koeken	Bankzitters (1)	Ja	Nee
Plus (pannenkoeken)	Harm (1)	Ja	Nee
Plus (tintelfruit appel perzik)	Jeremy Frieser (1)	Ja	Nee
Plus (tomatenketchup)	Don (1)	Ja	Nee
Prime (energy drink)	Familie Lakap (6), Furtjuh (2), Harm (3), Jeremy Frieser (1),	Ja	Nee

	Bankzitters (1)		
Pringles	Gamemeneer (1), Bibi (1), Nienke Plas (2), Furtjuh (2), Familie Lakap (6), De Zoete Zusjes (1), Boaz (2), Bankzitters (2), Gio (1), Royalistiq (2), Jesse hoefnagels (1)	Ja	Nee
Quaker oats	Gamemeneer (1)	Ja	Afh. v. prod.
Raak (aardbeien limonade)	Luan Bellinga (1)	Ja	Nee
Raak (kinder cola, gazeuse-champagne pils)	Jeremy Frieser (1)	Ja	Nee
Rauch (eistee)	Senna Bellod (1)	Ja	Nee
Roosvicee (multivit)	Jeremy Frieser (1)	Ja	Nee
Ruitjes (halvarine)	de Bellingas (1)	Ja	Nee
Silk (vegan milk)	Beautygloss (1)	Ja	Nee
Skippy (creamy pindakaas)	Nienke Plas (1)	Ja	Nee
Skyr	Jeremy Frieser (1)	Ja	Afh. v. prod.
Slimpie	Jeremy Frieser (1), Jade Anna (1)	Ja	Nee
Slimpie (bosvruchten en lemon 0% suiker)	Jade Anna (1)	Ja	Nee
Slimpie (lemon)	Gio (1)	Ja	Nee
Smaakt (gepofte spelt)	Jade Anna (1)	Ja	Nee
The flower farm (boter)	Beautygloss (1)	Ja	Afh. v. prod.
Upfront (eiwitreep)	Harm (1)	Ja	Nee
Vifit	Gio (2)	Ja	Afh. v. prod.
Vita Coco (coconut water)	Gio (1)	Ja	Nee
Vita d'or (margarine)	de Bellingas (1)	Ja	Afh. v. prod.
VitaD'or (halvarine)	de Bellingas (1)	Ja	Nee
Vivera (plantaardige burger)	Boaz (1)	Ja	Niet beoordeeld
Vomar (afbakbroodjes)	Senna Bellod (1)	Ja	Nee
Whole earth (pindakaas)	Jade Anna (2), Gio (1)	Ja	Nee
Yakult	Bankzitters (1)	Ja	Afh. v. prod.
Yoplait	Gamemeneer (1)	Ja	Niet beoordeeld

Zeeuws meisje (plantaardige boter)	de Bellingas (1)	Ja	Nee

Voldoet wel aan voedingskundige criteria RvV (doelgroep onbekend), staat wel in de Schijf van Vijf

Merk(en)	Youtuber	RvV	Sv5
1 de beste (halverine, bramen, pitloze witte druiven, frambozen, verse spinazie)	de Bellingas (1)	Ja	Ja
1 de Beste (magere yoghurt)	de Bellingas (1)	Ja	Ja
1 de Beste(jong belegen kaas)	de Bellingas (1)	Ja	Afh. v. prod.
Acqua Panna	Familie Lakap (1), Nienke Plas (1), Gio (1)	Ja	Ja
Activia	Gio (2)	Ja	Afh. v. prod.
Alanfruits (pruimen)	Nienke Plas (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (100% pindakaas)	Familie Lakap (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (amandelen)	Furtjuh (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (blauwe bessen, pizza bianco, wafels, frisse fruitdrank)	Gewoon Thomas (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (boodschappentas, volkoren bollen extra lang lekker, scharrel kipfilet)	Gio (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (bruisend water)	Gewoon Thomas (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (dadelbrood met gember-benoemd in tekst)	Nienke Plas (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (fruitsalade)	Bibi (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (halfvolle melk)	Furtjuh (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (havermout)	Furtjuh (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (karnemelk)	Jeremy Frieser (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (Koolhydraat verlaagd meerzaden brood)	Nienke Plas (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (magere franse kwark)	Harm (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (mild olijfolie)	Gio (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (milde olijfolie)	Familie Lakap (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (milde olijfolie, 100% pindakaas, kipfilet en amandel schaafsel)	Familie Lakap (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (volkoren havermout, roerbakgroente italiaans, kipblokjes)	Gewoon Thomas (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (volkoren pita's)	Gio (1)	Ja	Ja

Albert Heijn (water)	Enzo Knol (1), Gewoon Thomas (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (watermeloen)	Jade Anna (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (worteltjes, komkommer en paprika)	Furtjuh (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (zomerfruit en blauwe bessen)	Jade Anna (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (Zomerfruit)	Familie Lakap (1)	Ja	Ja
Albert Heijn (zonnebloemolie)	de Bellingas (1)	Ja	Ja
Alpro (boter)	Gio (2)	Ja	Ja
Aquanew	Harm (1)	Ja	Ja
Barebells	Jade Anna (1)	Ja	Afh. v. prod.
Barebells	Jade Anna (2)	Ja	Afh. v. prod.
Bar-le-Duc	Ties (1), Harm (1)	Ja	Ja
Becel (light 100% plantaardig)	Gewoon Thomas (1)	Ja	Ja
Bio+ (eieren)	Harm (1)	Ja	Ja
Bio+ (halfvolle melk)	Don (1)	Ja	Ja
Bioplus (olijfolie extra vierge)	Senna Bellod (1)	Ja	Ja
Bolletje (ontbijt granen)	Nienke Plas (1)	Ja	Afh. v. prod.
Bolletje (roggebrood)	de Bellingas (1)	Ja	Ja
Brinta	Gio (1)	Ja	Afh. v. prod.
Campina (halfvolle melk)	Furtjuh (1)	Ja	Ja
Campina (karnemelk)	Jeremy Frieser (2)	Ja	Ja
Chaudfontaine	Gio (3), Furtjuh (1), Jeremy Frieser (1), Harm (4), Nienke Plas (1), Jesse hoefnagels (1), Familie Lakap (1), Matthy (1)	Ja	Ja
Chiquita	Gamemeneer (1), Furtjuh (3), Senna Bellod (1), Gewoon Thomas (1), Ronald (1)	Ja	Ja
Chocomel (0% suikers toegevoegd)	Jesse hoefnagels (1)	Ja	Ja
Christaline	Familie Lakap (1), Furtjuh (1)	Ja	Ja
Combino (spaghetti)	de Bellingas (1)	Ja	Afh. v. prod.
Cristaline	Familie Lakap (1), Harm (1)	Ja	Ja
Crystal (water)	Stuk TV (1)	Ja	Ja
Dolce Gusto	de Bellingas (1)	Ja	Afh. v. prod.

Douwe Egberts	Jesse hoefnagels (1), Harm (1), Nienke Plas (1)	Ja	Ja
Douwe Egberts (cappuccino)	de Bellingas (1)	Ja	Ja
Drogheria (peper)	Jeremy Frieser (1)	Ja	Ja
Earth (water)	Gio (1), Gewoon Thomas (1), Senna Bellod (1)	Ja	Ja
Evian	Gamemeneer (1), Familie Lakap (1)	Ja	Ja
Font vella (water)	Gio (1)	Ja	Ja
Fruit bazzaar (mango, passievrucht en watermeloen)	Familie Lakap (1)	Ja	Ja
Grand Italia (volkoren spaghetti)	Familie Lakap (1)	Ja	Ja
Gwoon (boter)	Jade Anna (1)	Ja	Ja
Hak (rode bieten)	De Zoete Zusjes (1)	Ja	Afh. v. prod.
Healthy Hand (luxe fruitsalade)	Harm (1)	Ja	Ja
Healthy People (Kefir)	Bankzitters (1)	Ja	Afh. v. prod.
Hema (thee summer happiness)	Nienke Plas (1)	Ja	Ja
Hipro	Harm (3), Gio (2)	Ja	Afh. v. prod.
Holie (granola)	Jade Anna (1)	Ja	Afh. v. prod.
Iglo (diepvriesdoperwten)	Don (1)	Ja	Afh. v. prod.
Isey (skyr)	Jade Anna (1), Don (1)	Ja	Afh. v. prod.
John West (sardines)	Stuk TV (1)	Ja	Ja
Jumbo (bewust halvarine)	Dee van der zeeuw (1)	Ja	Ja
Jumbo (cashews)	Gio (1)	Ja	Ja
Jumbo (diepvries blauwe bessen)	Jade Anna (1)	Ja	Ja
Jumbo (druiven)	Harm (1)	Ja	Ja
Jumbo (frambozen en zalm)	Jade Anna (1)	Ja	Ja
Jumbo (franse kwark mager)	Harm (1)	Ja	Ja
Jumbo (hollandse aardbeien)	Nienke Plas (1)	Ja	Ja
Jumbo (magere kwark)	Jeremy Frieser (1)	Ja	Ja
Jumbo (ossenhaas)	Gio (1)	Ja	Ja
Kanzi (appel)	Jeremy Frieser (1)	Ja	Ja
Kater water	Harm (1)	Ja	Ja
Kema (café cortado)	Gio (1)	Ja	Ja

Kirkland (water)	Furtjuh (1)	Ja	Ja
Krini (water)	Jade Anna (1)	Ja	Ja
Lavazza	Furtjuh (1)	Ja	Ja
Lavie (water)	Familie Lakap (1)	Ja	Ja
Lidl (kaneel)	Bibi (1)	Ja	Ja
Longo (koffie)	Jeremy Frieser (1)	Ja	Ja
L'OR	Enzo Knol (1), de Bellingas (1)	Ja	Ja
Marie-Stella-Maris (mineraal water)	Jade Anna (1)	Ja	Ja
McDonaldsAppel	Jeremy Frieser (1)	Ja	Ja
Melkan (cottage cheese)	Gio (1)	Ja	Ja
Melkunie (protein aardbei yoghurt)	Harm (1)	Ja	Ja
Melkunie (protein yoghurt)	Harm (1)	Ja	Ja
Melkunie (proteine yoghurt)	Jade Anna (1)	Ja	Ja
Milbona (High protein)	Harm (1)	Ja	Ja
Milbona (houdbare halfvolle melk)	Bibi (1)	Ja	Ja
Milner (kaas)	Beautygloss (1)	Ja	Ja
Milsani (high protein vanille en cacoa)	Harm (1)	Ja	Ja
Muy Debil (water)	Senna Bellod (1)	Ja	Ja
Nescafé	Gamemeneer (1), Stuk TV (1), Luan Bellinga (1)	Ja	Ja
Nescafé Gold (espresso)	de Bellingas (1)	Ja	Ja
Nikini (water)	Stefan de Vries 95 (1)	Ja	Ja
Nutrilon	Dee van der zeeuw (1)	Ja	Afh. v. prod.
NXT level (protein shake)	Jade Anna (1)	Ja	Afh. v. prod.
Pellegrino	Gio (1)	Ja	Ja
Pickwick	de Bellingas (1), Gio (1), Luan Bellinga (1)	Ja	Ja
Pizitiko	Gio (1)	Ja	Ja
Quaker oats	Gamemeneer (1)	Ja	Afh. v. prod.
Quellbrunn (water)	Harm (1)	Ja	Ja
Romy (water)	Harm (1)	Ja	Ja
S. Pellegrino	Senna Bellod (2), Jade Anna (1), Gio (2), Nienke Plas (2)	Ja	Ja
Santa Maria (fajita kruidenmix no salt or sugar)	Don (1)	Ja	Ja
Saskia	Harm (1)	Ja	Ja

Skyr	Jeremy Frieser (1)	Ja	Afh. v. prod.
Spar (pinda's)	Harm (1)	Ja	Ja
Starbucks (cappucino)	Gio (1)	Ja	Ja
Starbucks (espresso shot)	Jeremy Frieser (1)	Ja	Ja
Starbucks (holiday blend)	Jade Anna (1)	Ja	Ja
Starbucks (koffie)	Kalvijn (1), Enzo Knol (2)	Ja	Ja
Starbucks (koffie, grandi, venti)	Furtjuh (1)	Ja	Ja
Starbucks (o.a. latte macchiato en grande voor dolce gusto)	Luan Bellinga (1)	Ja	Ja
Starbucks (Pike Place koffiebonen)	Beautygloss (1)	Ja	Ja
Strathrowan (still water)	Jesse hoefnagels (1)	Ja	Ja
Tea Bush (rooibos)	Bibi (1)	Ja	Ja
Tea of life	Nienke Plas (1)	Ja	Ja
Tesco (mango, ananas)	Jade Anna (1)	Ja	Ja
The flower farm (boter)	Beautygloss (1)	Ja	Afh. v. prod.
Trader Joe's (notenmelange)	Harm (1)	Ja	Ja
Twinings (lady grey theezakjes)	Dee van der zeeuw (1)	Ja	Ja
TwoChicks (vloeibaar eiwit)	De Zoete Zusjes (1)	Ja	Ja
Valle del sole (popcorn mais)	Don (1)	Ja	Ja
Van Zoggel & Azimi (kaviaar)	Harm (1)	Ja	Ja
Vifit	Gio (2)	Ja	Afh. v. prod.
Vio (water)	Familie Lakap (1), Don (1)	Ja	Ja
Vita d'or (margarine)	de Bellingas (1)	Ja	Afh. v. prod.
Vital	Stuk TV (1)	Ja	Ja
Yakult	Bankzitters (1)	Ja	Afh. v. prod.
Zaanse hoeve (halfvolle melk)	Furtjuh (1)	Ja	Ja
Zaros (water)	Gio (1)	Ja	Ja

Overig: diverse ongerelateerde producten in één vlog in het kader van een challenge en producten met onbekende beoordeling

Youtuber	Merk(en)		RvV	Sv5
Bankzitters	Alles van Starbucks menu bestellen: Starbucks		Afh. v. prod. En portiegrootte	Afh. v. prod.
Bankzitters	Voetbal bepaalt wat er gegeten wordt: Jumbo (ice tea), Dr. Pepper, Appelsientje, Amstel	Amstel	Nee, doelgroep onbekend	Nee
Bankzitters	Challenge: 4 op een rij, maar dan met snacks uit de muur halen: Febo		Nee, doelgroep onbekend	Nee
Bankzitters	A-Z Drive thru challenge in Amerika: Arby's, Big Chicken,Burger King, Chick-fil-a,Dutchbros ,El pollo loco, Freddy's,Houston hot chicken ,Jack in the box, Krispy Kreme, Los Tacos ,McDonalds,Panda Express,Quiznos sub, Raising Cane's Chicken Fingers, Snappy's, Sonic, Taco Bell, US Fried Chicken, Voodoo Wing,Wendy's,Wienerschnitzel		Afh. v. prod. en portiegrootte	Nee
Bankzitters	A-Z calorieën challange: Dunkin' Donuts, Energy Drink, Enkhuizen Jodenkoeken, Madams Cocos, McDonalds		Nee, doelgroep onbekend	Nee
Don	10.000 calorieën eten in 1 dag: Iglo (vissticks), Lays, Chocomel, M&M's, McDonalds, KFC (kip, friet), Heineken	Heineken	Nee, doelgroep onbekend	Nee
Familie Lakap	Zolang mogelijk proberen ja te zeggen tegen Devran: McDonalds, Jamin, Cheetos, Pringles, Takis (ninja teriyake), Lays , Lutti (kauwgum), M&M's, Kinder, Swizzels double dip (orange en cherry) ,Skittles, Milka, Ferrero Rocher, Toxic waste, Brain Burnerz, Pretz, Lipton		Nee, doelgroep onbekend	Nee
Familie Lakap	Challenge met prijzen en straffen: Fanta, Albert Heijn (slagroom spuitbus), Conimex (sambal), Milka, Lays, Guylian (the original seashells bonbons), Mora (runder bitterballen en kipfingers) ,McDonalds, Lipton		Nee, doelgroep onbekend	Nee
Familie Lakap	Zo lang mogelijk ja zeggen op Ilay's		Nee,	Nee

	verjaardag hallenge: Jawbreaker, Starbucks (donut, oreotaart,chocolade muffin, aardbeisap), La Place, McDonalds	doelgroep onbekend	
Familie Lakap	Challenge steeds bestellen wat persoon ervoor heeft besteld: KFC, McDonalds, Burger King, Starbucks (matcha green tea)	Nee, doelgroep onbekend	Nee
Familie Lakap	Mysterie shopping challenge in het tuincentrum: Croco crackers, Koppejan noten (rijstcracker original)	Nee, doelgroep onbekend	Nee
Furtjuh	1 dag alleen nieuwe producten gebruiken en testen: Bonduelle (lunch bowl), Oreo, Snack a Jacks, Leentjes anijs pret, Tony's chocolonely, Autodrop, Breaker (stracciatella yoghurt) ,Dr. Oetker (pizza), vfc (chicken tenders), Starbucks (slated pretzel hot chocolate, caramalised macadamia oat latte), Ben & Jerry's	Nee, doelgroep onbekend	Nee
Furtjuh	Maak de beste tekening en win challenge: Prime	Ja	Nee
Furtjuh	Maak de tekening af en win de prijs challenge: Mr. Beast (chocolade)	Nee, doelgroep onbekend	Nee
Furtjuh	Gebruik 1 dag alleen de slechts beoordeelde producten: Subway (broodje en koekje), Crystal clear, Smullers (patat met ketchup en kroket), Coca-Cola, KFC, Pepsi Max	Nee, doelgroep onbekend	Nee
Furtjuh	Laatste maaltijd van Youtubers eten challenge: RedBull, McDonalds, Albert Heijn (casino witbrood,Kipfilet,Tosti kaas,Chilipepers), Maltesers, Fanta, Knorr (taco's), Jumbo (vegan gehakt, eetrijpe advocado's),Lays, Taco Bell, Starbucks	Nee, doelgroep onbekend	Nee
Furtjuh	Het 1e google resultaat bepaald dag challenge: Café Herman (bananen brood) ,Sunflower Lunch Café, Snack a Jacks, Albert Heijn, San Juan	Afh. v. prod.	Nee
Furtjuh	In alle Provincies eten binnen 24 uur challenge: Banketbakkerij Jan de Groot (Bosche bol), Vershof (Zeeuwse bolus),Gouds Kaashuis, Starbucks, Banketbakkerij Both, Jumbo, Flevosap (appel),Lenes bakkerij (suikerbrood), Snackbar de frieterie (eierbal -benoemd in vlog), Bakkerij Hilvers (Arnhemse meisjes)	Nee, doelgroep onbekend	Nee
Furtjuh	Maak de beste tekening en win challenge: Albert Heijn (opvolgmelk 3)	Ja	Nee

Furtjuh	Wie als eerste de schat vindt wint challenge: Mentos, Jupiler	Jupiler	Nee, doelgroep onbekend	Nee
Furtjuh	AI chatGPT challenge (robot bepaald 1 dag van zijn leven): Milner (kaasplakken oud en belegen), Valess (vegatarische gekookte worst), Albert Heijn (vrije uitloop eieren, magere yoghurt, salade mix, cherry tomaten, eetrijpe advocado, knoflook, milde olijfolie, quinoa, scharrelkip plakjes), Bonne Maman (frambozen confiture), Domino's		Nee, doelgroep onbekend	Nee
Furtjuh	Smaak vs echt eten challenge: Albert Heijn (uien,viking blue cheese,haring,pepermix), Lays, Ben & Jerry's, Napoleon ,Subway (broodje), Venco, Uggo (melon gum), Katja, Dorito's		Nee, doelgroep onbekend	Nee
Furtjuh	Raad de pixels en win de prijs challenge: Mentos		Nee, doelgroep onbekend	Nee
Furtjuh	1 dag nieuwe producten testen challenge: Kellogg's (frosties - honing pinda smaak), Hipro (proteine pudding), Red Band,Starbucks (strawberry, waffle cone), Look-o-Look,Graze (appel crumble), Sprite, Subway (american steakhouse),Katja, Albert Heijn (libanese wrap met bloemkool), Ben & Jerry's, Maltesers, Dunkin' Donuts		Nee, doelgroep onbekend	Nee
Furtjuh	24 uur eten uit Japanse automaten in Tokyo challenge: Pokka coffee (black coffee),Chip stars, Nectar, Ribbon, KFC, Gyuhan (bevroren vlees),Fanta, Minute maid, Qoo, Pretz, Prafaiteria Bel, Nocobonbon (macaron), McDonalds		Nee, doelgroep onbekend	Nee
Gewoon Thomas	Wie de beste boot bouwt in 1 kleur wint! Challenge: Albert Heijn (smoothie, granny smith appel, oranje koek stukjes, witte druiven), Lipton, Look-o-Look, Johma (kip samba)		Nee, doelgroep onbekend	Nee
Gewoon Thomas	1 dag leven volgens oud vriendenboekje challenge: Sardine Pollastrini, McDonalds		Nee, doelgroep onbekend	Nee
Gewoon Thomas	Wie het hoogst kan bouwen wint challenge: Oreo, Snackline (onion rings)		Nee, doelgroep onbekend	Nee
Gewoon Thomas	Mag niet aangeraakt worden challenge: Albert Heijn (biologische babyvoeding peer), McDonalds		Afh. v. prod.	Nee

Gewoon Thomas	Wie het langst in de limo blijft mag hem houden challenge: Starbucks, McDonalds		Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Harm	Youtubers eten heetste snoepjes ooit challenge: Mike V's (spicy reaper augurken), Nutty Novelties (habanero honey pindakaas), Lil' nitro (worlds hottest gummy bear), Vat 19 (the worlds hottest chocolate bar), Blazing Foods (death nut challenge), Ass Kickin' (jelly beans en hot sauce challenge), Spa, The toe of satan, Spontaneous Combustion (ghost pepper popcorn)		Nee, doelgroep onbekend	Nee
Harm	Echt vs nep , gummy vs real food challenge: Dole (banaan),Coca-Cola[161]		Nee, doelgroep onbekend	Nee
Harm	Challenge wie het langst in een achtbaan kan blijven: Heinz (mayonaisse), Calvé, Hellmann's, Jumbo (mayonaisse),		Nee, doelgroep onbekend	Nee
Jesse hoefnagels	Paperclip challenge (steeds ruilen voor iets groters): Immensa (prosecco), Veuve Pelletier (champagne brut)	Immensa (prosecco),Veuve Pelletier (champagne brut)	Nee, doelgroep onbekend	Nee
MeisjeDjamilla	Zuur snoep vs zoet snoep challenge: Prime (energy drink), Giant super sour candy spray (watermeloen),Frisia, OMG bubble tea (peach), Liquid candy glasses, Screamers, Mr. Beast (chocolade), Brain Blasterz, Sour Straws xxl, Zed minicandy machine		Nee, doelgroep onbekend	Nee
MeisjeDjamilla	Grimace milkshake challenge: McDonalds, Jumbo (slagroom), Albert Heijn (vanille en aardbeien ijs, slagroom en zure room),Oatly (havermelk), Conimex (gebakken uien)		Nee, doelgroep onbekend	Nee
MeisjeDjamilla	Alfabet efteling challenge: De Efteling (ijsjes),'t Melkhuisje (churro's)		Nee, doelgroep onbekend	Nee
MeisjeDjamilla	Vuur (pittig) vs IJs (koud) challenge: Herr's,Bonduelle (diepvries broccoli), Conimex (sambal oelek), Mogu Mogu (bosbes), Buldak (hot chicken flavor ramen noodles), Caplico,Pringles,Dr. Oetker (pizza), Mi-tsu-ba,Ola (twister), Brainburners, Iglo (diepvries spinazie a la creme)		Nee, doelgroep onbekend	Nee

[161] De Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Stefan de Vries 95	30.000 kcal challenge: AA, Ben & Jerry's, Conimex (kroepoek), M&M's, McDonalds, Quaker (Cruesli)	Nee, doelgroep onbekend	Nee
Stefan de Vries 95	A-Z drank-challenge: Absolut, Bavaria, Bakalar, Cerna Hora Honey, Demon, Heineken, Klasik, Wynand Fockink likeur	Nee, doelgroep onbekend	Nee
Stefan de Vries 95	Ga door alle drive thru's van Nederland challenge: Febo, Subway, Tony's (kipstick, patat, kaastosti), McDonalds, Starbucks (Latte, kaasbroodje, koekje), Burger King, KFC, Orient drive (mihoen), Restaria (kipsaté menu), Aardbeien drive thru in Uden (aardbeien met chocolade)	Nee, doelgroep onbekend	Nee

Onbekend/ afhankelijk van variant/ product

Merk(en)	Youtuber	RvV	Sv5
7-eleven	Gamemeneer (3)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Action	Ties (1), Milan Knol (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Afri	Stefan de Vries 95 (1)	Niet beoordeeld	Nee
Ajinomen (noedels)	Stuk TV (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Albert Heijn	Harm (4), Milan Knol (1), Stuk TV (2), Gio (5), Kalvijn (4), Matthy (2), Furtjuh (2), Dee van der zeeuw (1), Senna Bellod (2), Gewoon Thomas (2), Nienke Plas (4), Jade Anna (3), Bankzitters (1), Royalistiq (2)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Albert Heijn (fruit,eieren,olijfolie,brood,sla,tomaten)	Beautygloss (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Albert Heijn (smeerbare roomboter)	Gio (1)	Afh. v. prod.	Nee
Aldi	Gamemeneer (2), Milan Knol (1), Harm (3)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Alesto (nootjes)	Senna Bellod (1)	Afh. V. prod.	Afh. v. prod.
Ali Baba	Stefan de Vries 95 (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Almari (mango)	Kalvijn (1)	Niet beoordeeld	Nee
Aloe	Stuk TV (1)	Niet beoordeeld	Nee
Alpro (protein)	Milan Knol (1), Harm (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Angie's Kitchen	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.

Apetina	Jade Anna (2)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Arby's	Gamemeneer (1), Stefan de Vries 95 (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Asahi (Restaurant)	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Aubergine (restaurant Ibiza)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Babybel	Jade Anna (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Bagels & Breads (carpaccio en tosti bagel)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Bagley Rex	Stuk TV (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Bake It (kruidnoten mix)	Jade Anna (1)	Niet beoordeeld	Nee
Bakker Boer	Dee van der zeeuw (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Bakkerij Bart	Gio (1), Boaz (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Bakkerij Mans (vlaai)	Enzo Knol (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Baskin-Robbins	Gamemeneer (2), Furtjuh (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Baut Oost (springroll,oester,prociutto di parma,Crispy pita aubergine rendang,Gamba ceviche,nori chips)	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
BDMP (dried squid)	Furtjuh (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Beckers	Harm (1)	Afh. v. prod.	Nee
Becky's truffle bread	Nienke Plas (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Beemster	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod.	Nee
Beemster (broodje boeren gezond)	Furtjuh (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Beethoven eten en drinken	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Belbake (bakpakket voor brownies)	de Bellingas (1)	Niet beoordeeld	Nee
Ben Cookies	Bankzitters (1)	Niet beoordeeld	Nee
Big Boy	Gamemeneer (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Blue band	Furtjuh (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Body Fit whey essential	Harm (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Bon Cabe	Familie Lakap (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Bonduelle	Harm (1), Jade Anna (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.

Bonduelle (crispy mais)	Furtjuh (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Brownies & DownieS	Bibi (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Bruns pizza	Stefan de Vries 95 (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Buffalo wild wings (restaurant in amerika)	Onnedi (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Burger King	Gamemeneer (2), Harm (3), Gio (2), Boaz (1), Furtjuh (1), Senna Bellod (1), Jeremy Frieser (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Burrata restaurant (pizza margheritta)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Cafe Garcon	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Cafetaria de smulbeer (loempidel)	Furtjuh (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Carrousel (nacho's en tosti)	Bibi (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Nee
Casa D'Italia (pizza)	Jeremy Frieser (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Centrum Supermarkt	de Bellingas (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Chio	de Bellingas (1)	Afh. v. prod.	Nee
Chipotle	Gamemeneer (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Chips Ahoy	Gamemeneer (1)	Niet beoordeeld	Nee
Coffee-bike (chai latte)	Jeremy Frieser (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Coles	Gamemeneer (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Coop	Gio (1), Harm (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Corné struik visspecialist	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Costa (choco donuts, mzzio)	Stuk TV (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Costa Coffee	Jade Anna (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Coto (japans restaurant,gyazo,mango salade)	Jade Anna (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Croma	de Bellingas (1)	Afh. v. prod.	Nee
Cruesli	Gio (6)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Cuba (restaurant)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Cucina (pizza)	Senna Bellod (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.

de Beren	Matthy (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
de Beren (burger,mayo)	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
De open keuken (restaurant)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
De Pimpernel (pannekoekenhuis)	Furtjuh (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
de Pizzabakkert.nl	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Dekamarkt	Kalvijn (3)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Delicados (nachos)	Furtjuh (1)	Niet beoordeeld	Nee
Dirk	de Bellingas (1), Luan Bellinga (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Dirk (diverse groenten en fruit,bruin brood)	de Bellingas (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Dok to go	Gio (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Douwe Egberts (ijskoffies: caramel macchiato,Cappucino)	Luan Bellinga (1)	Afh. v. prod.	Nee
Dr. Oetker (vanille aroma)	Bibi (1)	Niet beoordeeld	Nee
Drovers dog (veggieburger en hash browns)	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Duyvis	Dee van der zeeuw (1), Nienke Plas (1)	Afh. v. prod.	Nee
Duyvis (borrelnootjes)	Koen1 (1)	Afh. v. prod.	Nee
El Set (tapas)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Ella's (fruithapjes)	Beautygloss (1)	Afh. v. prod.	Nee
Everglades gator grill	Harm (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
First (energy gum)	Furtjuh (1), Jade Anna (1)	Niet beoordeeld	Nee
First energy	Harm (1)	Niet beoordeeld	Nee
Five Guys (friet,cheeseburger,pindakaas milkshake)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Flavdrops	Gio (1), Jade Anna (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Flavour Drink (bubble tea green en peach)	Beautygloss (1)	Niet beoordeeld	Nee
Flink	Kalvijn (3)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Foodtown	Gamemeneer (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Fratelli (bruchetta,insalata deliziosa,pizza carpaccio,ravioli tartifuto,mozzarella bufeta crudo,tiramisu)	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.

Fratelli E Pizza (pizza)	Enzo Knol (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Friesche vlag (koffiemelk)	Matthy (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Fristi	Bibi (1), Jeremy Frieser (1), Harm (2), Dee van der zeeuw (1), de Bellingas (2), Nienke Plas (2)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Frituur Noordzee	Harm (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Fruit fris (frambozen limonade)	Luan Bellinga (1)	Niet beoordeeld	Nee
Fruit wrinkles	Onnedi (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Frutos secos &fruta	Gio (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Fruzmo (ijsjes die Eruitzien als kippenpootjes)	Familie Lakap (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Getir	Kalvijn (3)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Ghost pepper	Familie Lakap (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Go fresh	Furtjuh (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Gouda's glorie (ketchup,curry,mayo)	Bankzitters (1)	Afh. v. prod.	Nee
Grass Soda	Dutchtuber (1)	Niet beoordeeld	Nee
Grilla Kitchen	Jade Anna (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Hamburger helper	Onnedi (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Hanos	Jade Anna (1), Koen1 (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Hard Rock café Mallorca	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Harrods (pot noodles)	Gamemeneer (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Heinz	Gamemeneer (1), Gio (1)	Afh. v. prod.	Nee
Heinz (tomatenketchup)	Nienke Plas (1), Gio (2), Koen1 (1), de Bellingas (1), Harm (1), Jeremy Frieser (1)	Afh. v. prod.	Nee
Hello Fresh	Nienke Plas (2)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Hema	Gewoon Thomas (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Het Ruiterhuys (biefstukpuntjes op brood)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Home made	de Bellingas (1)	Afh. v. prod.	Nee
HomeMade	Bibi (1)	Afh. v. prod.	Nee
Hoogvliet	Kalvijn (3)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.

Hooray's german hotdogs	Bankzitters (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Hotel du commerce	Harm (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
House of pop (ijs)	Familie Lakap (2)	Afh. v. prod.	Nee
Icealice (soft ijs)	Familie Lakap (1)	Afh. v. prod.	Nee
Ihop	Stefan de Vries 95 (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
ijs van Co	Harm (1)	Afh. v. prod.	Nee
Ikea	Gamemeneer (1), Dee van der zeeuw (1), Familie Lakap (2)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Impero Romano	Nienke Plas (1), Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Isolate (eiwitpoeder)	Koen1 (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Istanbul streetfood (burger en chocopasta)	Familie Lakap (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Italiamo (straccitatella cheese)	Dee van der zeeuw (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Itsu	Jade Anna (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Joel Bunkers Xtreme Workout V2	Harm (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Johny Burger company (twisterfries en potato wedges)	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Jozo (zout)	Luan Bellinga (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Nee
Julia's	Koen1 (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Jumbo	de Bellingas (1), Harm (4), Gio (2), Furtjuh (1), Jesse hoefnagels (2), Bankzitters (1), Koen1 (1), Kalvijn (3)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Jumbo (almandel melk, kwark)	Harm (1)	Afh. v. prod.	Nee
Jumbo (broodje grillworst)	Gio (1)	Niet beoordeeld	Nee
Kapamoaerkos	Gio (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Kellogg's	Gamemeneer (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Kellogg's (ontbijtgranen)	de Bellingas (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Kinderchampagne	Familie Lakap (1)	Niet beoordeeld	Nee
Kita	Jade Anna (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Knorr	Gamemeneer (1), Harm (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.

Koopmans	Bankzitters (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Kreative restaurants & co (toast met advocado)	Familie Lakap (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Krispy Kreme	Gamemeneer (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Kroger	Gamemeneer (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Kupiec	Jade Anna (1)	Onbekend	Onbekend
Kupiec	Jade Anna (1)	Onbekend	Onbekend
La Cubanita	Harm (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
La grande mamma (restaurant in krakau)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
La Morena (refried black beans)	Furtjuh (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
La Place	Harm (2), Stefan de Vries 95 (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Le Marché	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Lidl	Gamemeneer (1), Harm (1), Milan Knol (1), Furtjuh (1), Matthy (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Lili's (pindakaas met banaan en jam op brood)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Little Ceasar's	Gamemeneer (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Loetje	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Loos	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Lu (crackers)	Jeremy Frieser (1)	Afh. v. prod.	Nee
M&B de Groot (brood,koek,banket)	Harm (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Makro	Stefan de Vries 95 (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Makro (vlees)	Gio (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Mama Hong (loempia)	Jeremy Frieser (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Manneken Pis	Bankzitters (1), MeisjeDjamilla (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Marisco (Gamba salvaje cocida)	Senna Bellod (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Marqt	Kalvijn (3)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Mccain (friet)	Bankzitters (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
McDonalds HappyMeal	Nienke Plas (2), Familie Lakap (2), Gio (2), Onnedi (1), Stefan de Vries	Afh. v. prod. en portiegrootte	Nee

	95 (1), Koen1 (3), Bankzitters (3), Don (3), Stuk TV (1), Enzo Knol (2), Gamemeneer (1), Boaz (1), Jeremy Frieser (1), MeisjeDjamilla (1)		
Melkunie	Harm (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Melkunie (breaker)	Harm (1), Enzo Knol (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Melkunie (high protein)	Harm (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Melkunie (protein)	Harm (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Mestrom (vlaai)	Harm (1)	Afh. v. prod.	Nee
Mikaku (japans restaurant)	Jade Anna (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Milbona	Harm (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Milbona (melk)	Dee van der zeeuw (1), Harm (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Monte	Gio (1)	Niet beoordeeld	Nee
Morton's	Gamemeneer (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Mr Non No (panckes)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Mr SAM (asian bistro)	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Mr Sushi	Harm (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Mr. Beast Burger (chris style,beast style)	Jeremy Frieser (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Mr.Beast	Familie Lakap (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Mucci	Harm (1)	Afh. v. prod.	Nee
Munt	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Myprotein (flavdrops,pop rol proteine reep)	Jade Anna (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Myprotein (maple syrup zero)	Jade Anna (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Nature Valley (protein)	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod.	Nee
Nihon 88	Harm (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Nuli	Gio (1)	Niet beoordeeld	Nee
OK (broodje ei,cappuccino)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
OK Café	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Ola	Bibi (1), Harm (4), Kalvijn (1), de	Afh. v. prod.	Nee

	Bellingas (1), Boaz (2)		
Onder de Ooievaar	Milan Knol (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Open Keuken	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Optimel	Harm (1), Nienke Plas (1), Kalvijn (1), Matthy (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Orange (winkel)	Gio (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Pan deliciosa (pizza)	Gewoon Thomas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Panda Express	Kalvijn (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Pannenkoekenboot	Jesse hoefnagels (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Papa ASW (restaurant)	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Papa Aswa	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Papa Johns pizza	Onnedi (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Paqui (one chip challenge)	Familie Lakap (1)	Onbekend	Nee
Paqui (one chip challenge)	Familie Lakap (1)	Onbekend	Nee
Perla	Jeremy Frieser (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Piet Patat (patat pindasaus)	Jesse hoefnagels (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Pintaa Syvemalle (supermarkt in Finland)	Gamemeneer (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Pirlous	Jeremy Frieser (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Pizza Hut	Gamemeneer (3)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Plus	Nienke Plas (1), Jade Anna (1), Stuk TV (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Prince	Gio (1)	Afh. v. prod.	Nee
Prozis	Boaz (4)	Niet beoordeeld	Nee
Quick (snackbar)	Gio (2)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Ranobo (nootjes)	Harm (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Raw Kuru (oesters)	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Razzle	MeisjeDjamilla (1)	Afh. v. prod.	Nee
Restaurant o delicious in brussel (advocado toast en garnalenkroketjes)	Gewoon Thomas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.

Restaurante Ama Lur (gefrituurd ei)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
restaurante Asia Kitchen (saté,eend)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Rivercote (knäckebröd sesam)	Dee van der zeeuw (1)	Niet beoordeeld	Nee
Ron gastrobar Indonesia	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Roy's (broodje warme grillworst)	Gio (1)	Onbekend	Onbekend
Roy's (broodje warme kipgrillworst,burito's)	Gio (1)	Onbekend	Onbekend
Salobra (supermarkt)	Stuk TV (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Sandey (cookies 0%)	Gio (1)	Onbekend	Nee
Sandey (cookies 0%)	Gio (1)	Onbekend	Nee
Sanna	Harm (1)	Onbekend	Onbekend
Santa Maria (tortilla)	Furtjuh (1)	Afh. v. prod.	Nee
Satchmo	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Shabutgo.nl	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Shell Café	Furtjuh (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Silom (thais)	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Snackbar Teddy snack	Bankzitters (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Soof	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod.	Nee
Spaanse moeder (restaurant)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Spar	Stuk TV (3), Furtjuh (1), Harm (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Spuntini (pasta champignon en kip)	Jade Anna (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Starbucks	Gamemeneer (3), Gio (5), Harm (1), Furtjuh (1), Bibi (1), Kalvijn (2), Bankzitters (1), Jade Anna (2), Jeremy Frieser (1), Stuk TV (1), Onnedi (1), Joost speelt spellen (1), Don (1), Familie Lakap (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Syrup	Gio (1)	Onbekend	Onbekend
Taco Bell	Gamemeneer (2), Beautygloss (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Taco Mundo (quesadille met kip)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.

Tam vietnamese Loempia's en snacks	Nienke Plas (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Tasty times (salade orientaals en grote garnalen)	Nienke Plas (1)	Onbekend	Onbekend
Tea Guys (boba tea)	MeisjeDjamilla (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Tesco	Gamemeneer (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
TGI Fridays	Kalvijn (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
the Merchants (steak en friet)	Gio (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Thuisbezorgd.nl	Harm (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Tijuana (restaurant in oberhausen)	Bankzitters (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Tipasa restaurant	Onnedi (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Tokyo banana	Kalvijn (1)	Onbekend	Nee
Tokyo banana	Kalvijn (1)	Onbekend	Nee
Turkish baked potato	Familie Lakap (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Turkish ice cream (ijs)	Familie Lakap (1)	Afh. v. prod.	Nee
Unilever	Gamemeneer (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Van Dam (pulled chicken burger)	Senna Bellod (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
van Dobben	Boaz (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Nee
Visscher Seafood (lekkerbekje,friet,kibbeling)	Bibi (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Vomar	Harm (1), Senna Bellod (2), Jade Anna (2)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Wallmart	Gamemeneer (2), Harm (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Wendy's	Gamemeneer (1), Furtjuh (1), Matthy (1), Stefan de Vries 95 (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Wild en the Moon (restaurant)	Jade Anna (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Will's (lunch)	Bankzitters (1)	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Wonder bread	Gamemeneer (1)	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Yum Yum (noodles chicken)	Furtjuh (1), Harm (2)	Afh. v. prod.	Nee
Zeeuws Meisje (boter)	de Bellingas (1)	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.

Bijlage 6 Voedingsmerken in Instagram-posts

Merk prominent in beeld, geen verdere vermelding van sponsoring, maar mogelijk wel sprake van sponsoring

Merk	Influencer	Reguliere posts	Stories	Totaal	RvV	Sv5
Verschillende horecagelegenheden, koffiezaken en bakkers	29 verschillende influencers	32	29	**61**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
24 ICE	officialsaarx	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Acqua Panna	jadeanna		1	**1**	Ja	Ja
Afdeling Snoepzaken (snoepwinkel)	Meesterjesper	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Albert Heijn (Fries suikerbrood)	Monicageuze		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Albert Heijn (kruidnoten)	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Albert Heijn (kwark met yoghurt)	Jeremyfrieser		1	**1**	Ja	Ja
Albert Heijn (magere kwark)	Maritbrugman	1		**1**	Ja	Ja
Albert Heijn (rucola)	jadeanna	1		**1**	Ja	Ja
Albert Heijn (Strooifeest kruidnootjes mix)	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Albert Heijn (tongenworst en witte bolletjes)	Gio		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Albert Heijn (volle kwark)	Mertabimert		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Albert Heijn (volle melk)	Mertabimert		1	**1**	Ja	Nee
Albert Heijn Excellent (paashaas cupcakes)	Meesterjesper	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Algida (Ola) Max X-Pop	Enzoknol		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Almhof (chocolade mousse)	Monicageuze	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Alpro aardbei	Thooootje		1	**1**	Ja	Nee
Amstel	Jillruby	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Amstel Radler 0.0	Jeremyfrieser	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Arm & Hammer	Jillruby		1	**1**	Niet beoordeeld	Nee
Bacardi	Ninahouston		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Balvenie	stefandevries		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Bar le Duc	Bassmit		1	**1**	Ja	Ja

Ben & Jerry's	Kalvijn	1	1	**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Body & Fit (chips, popcorn)	jadeanna		2	**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Bozkov	Thooootje		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Cabau Lifestyle	jadeanna	1	2	**3**	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Cafecito (horeca)	Enzoknol		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
	jadeanna	3	5	**8**		
	Monicageuze	1	5	**6**		
	Ninaschotpoort	1		**1**		
	rhodeekok		1	**1**		
Calvé (pindakaas)	Giel	1	1	**2**	Ja	Nee
Candy Can Wonka	Kalvijn		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Celebrations (Twix/Mars/Snickers/etc.)	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Cheetos	Nienkeplas		1	**1**	Ja	Nee
Claudi & Fin (aardbeienijs)	Annanooshin		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Clean Nutrition	Jeremyfrieser		1	**1**	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Clean Nutrition	Royalistiq		1	**1**		
Coca-Cola	Bassmit		1	**1**	Nee, doelgroep onb.[162]	Nee
	Bram.Krikke		3	**3**		
	Enzoknol		1	**1**		
	Gio		1	**1**		
	Onnedi	1		**1**		
	rhodeekok	1		**1**		
	Stuktv	1		**1**		
	Thooootje	1		**1**		
Codorniu	jessehoefnagels		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Cornetto	Kalvijn		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Corona	Meesterjesper		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Cortese organische cola	Monicageuze		1	**1**	Onbekend	Nee
Côte d'Or	Jeremyfrieser		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Desperados	Nienkeplas	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Diego Morra	Maritbrugman		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Domaine Carneros	Thooootje		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Domaine la Millière	Thooootje		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Dorgeval	Queenofjetlags	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee

[162] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Douwe Egberts	Emmakeuven		1	**1**	Ja	Ja
Dr. Oetker (pizza)	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
EARTH Water	jadeanna	1		**1**	Ja	Ja
Fanta	Bassmit		1	**1**	Nee, doelgroep onb.[163]	Nee
FEBO	Jeremyfrieser		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Kalvijn		1	**1**		
	officialsaarx		2	**2**		
Ferrari	Maxverstappen1	3	2	**5**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Focus Drink	Jeremyfrieser	1		**1**	Ja	Nee
Fruitmasters	Negin_mirsaleh	1		**1**	Ja	Ja
Fulfil	jadeanna	1	2	**3**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	rhodeekok		1	**1**		
Gianni Brunelli	Maritbrugman	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Golchin	Annanooshin		1	**1**	Ja	Niet beoordeeld
Halo Top	jadeanna	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Heineken	Kalvijn		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Maxverstappen1		1	**1**		
	nielsschlimback		1	**1**		
	Thooootje		1	**1**		
Heineken 0.0	Maxverstappen1	2	1	**3**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Hertog Jan	Jillruby		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Thooootje		1	**1**		
HiPRO	jadeanna	1		**1**	Ja	Afh. v. prod.
Holie	Thooootje		1	**1**	Ja	Ja
Holie (crunchy muesli)	jadeanna	1		**1**	Ja	Nee
Holie (protein granola)	jadeanna	1		**1**	Ja	Nee
Holie Granola low carb)	Thooootje		1	**1**	Ja	Nee
Houben	Annanooshin		1	**1**	Ja	Nee
IKEA (hotdog)	Jeremyfrieser		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Il Gelato di Zoe (ijssalon)	Ninahouston		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Ísey Skyr	jadeanna		1	**1**	Ja	Afh. v. prod.
Jägermeister	rhodeekok	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Joe & The Juice (horeca)	jadeanna	4	5	**9**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
	Jeremyfrieser	1	1	**2**		
	Ninahouston		2	**2**		

[163] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

	Ninaschotpoort	1		**1**		
	sennabellod	1		**1**		
Jumbo (choco hazelnoot ballen)	Gio		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Jumbo (choco hazelnoot ballen)	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Jumbo (plakjes frikandel)	Jillruby		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Jumbo (stroopwafels)	Dee	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Ketel 1	Nienkeplas		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
KFC	Jeremyfrieser		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Meesterjesper		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Killerbody	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Kinder Bueno	Jeremyfrieser		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Kinder Happy Hippo	Annanooshin	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Komvida (Kombucha)	jadeanna	1		**1**	Ja	Nee
Koopmans (proteine pannenkoekenmix)	Jeremyfrieser		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Ladybug Brand (kiwi berries)	Annanooshin		1	**1**	Ja	Ja
L'Atelier de Coco (ijssalon)	nielsschlimback		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Lavazza	officialsaarx		1	**1**	Ja	Ja
Lay's	Mertabimert	1		**1**	Ja	Nee
	officialsaarx	1		**1**	Ja	Nee
Lipton (ice tea)	Emmakeuven		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	jadeanna		2	**2**		
	Jeremyfrieser	1		**1**		
Little Moons Mochi (ijs)	Juultjetieleman		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Lohilo	jadeanna		1	**1**	Ja	Nee
Lutti (snoep)	Annanooshin	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Magnum	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Jillruby		1	**1**		
	Kalvijn	1	1	**2**		
	stefandevries		1	**1**		
Marie Stella Maris	jadeanna	1		**1**	Ja	Ja
Mars	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Martini (0,5%)	Annanooshin		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Mates	Giel	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
McDonald's	Annanooshin	3	5	**8**	Nee, doelgroep onb.	Afh. v. prod.
	Beautygloss		1	**1**		
	Gio		1	**1**		
	jadeanna	1	4	**5**		

	Jeremyfrieser	2	2	**4**		
	jessehoefnagels	1		**1**		
	Kajstypetjes		1	**1**		
	Monicageuze		1	**1**		
	nielsschlimback		1	**1**		
	rhodeekok	1	3	**4**		
	stefandevries	1		**1**		
	Meesterjesper	1		**1**		
Melkunie Protein chocoladepudding	Gio		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Afh. v. prod.
Mentos	dezoetezusjes	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Mentos	sterrekoning		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Milka	Jeremyfrieser		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Onnedi		1	**1**		
Milky Way	Dee	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Moët & Chandon	Uberquin	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	jadeanna	1		**1**		
	officialsaarx		1	**1**		
Monin	Jeremyfrieser		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Moser Roth	Milanknol	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Nescafé Dolce Gusto	Jeremyfrieser		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Nespresso	Ninahouston		2	**2**	Ja	Ja
Nestea	Officialyarasky		1	**1**	Nee, doelgroep onb.[164]	Nee
NOCCO	jadeanna		1	**1**	Ja	Nee
Nutella	Jeremyfrieser		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Nutella	stefandevries		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
NXT Level (protein bar)	jadeanna		1	**1**	Ja	Afh. v. prod.
NXT Level (protein water)	jadeanna		2	**2**	Ja	Afh. v. prod.
Ola	Kalvijn	1	1	**2**	Afh. v. prod.	Nee
Optimum Nutrition (protein bar)	jadeanna	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Niet beoordeeld
Paulaner	Officialyarasky		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Pickwick	Jeremyfrieser		1	**1**	Ja	Ja
Pizzolato	officialsaarx		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Pop Roll	jadeanna		1	**1**	Ja	Niet beoordeeld

[164] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Prime	Jeremyfrieser		3	**3**	Ja	Nee
Qdol (frisdrank)	Jeremyfrieser		1	**1**	Ja	Nee
Red Bull	Annanooshin		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Kwebbelkop		1	**1**		
	Matthy		1	**1**		
	rhodeekok	1	2	**3**		
	Thooootje		1	**1**		
Rich Meals	jadeanna	1		**1**	Onbekend	Niet beoordeeld
Ruinart	Annanooshin	1	1	**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Santa Monica Brew Works	Royalistiq		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Scrapples (apple crisps)	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Skittles	dezoetezusjes		2	**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Smart Protein	jadeanna	1		**1**	Ja	Nee
Snickers	jadeanna	1	1	**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	rhodeekok		1	**1**		
Sourcy	jadeanna	1		**1**	Nee, doelgroep onb.[165]	Nee
Spa (raspberry apple)	jadeanna	1	1	**2**	Nee, doelgroep onb.[166]	Nee
Spinning Pop	Nienkeplas		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Sportlife	Glenfontein		2	**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Starbucks	Beautygloss		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
	Emmakeuven	1	2	**3**		
	jadeanna	1	6	**7**		
	Jeremyfrieser	5	4	**9**		
	Juultjetieleman		1	**1**		
	Kwebbelkop	1		**1**		
	Meisjedjamila	1		**1**		
	Ninahouston	1	5	**6**		
	officialsaarx		2	**2**		
	Thomasgrinsven		1	**1**		
Stëlz	jadeanna	1	1	**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Kalvijn	1		**1**		
Tajin (kruiden)	Monicageuze		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Tamagawa Ice Breaker	Annanooshin	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
The Organic Crave (proteine chips)	jadeanna		1	**1**	Ja	Nee

[165] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)
[166] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Twix	jadeanna	2	**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Ukiyo	Bassmit	1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Vita Coco	jadeanna	1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
XXL nutrition	Jeremyfrieser	1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.

Merk in beeld, maar vermoedelijk niet gesponsord

Merk	**Influencer**	**Reguliere posts**	**Stories**	**Totaal**	**RvV**	**Sv5**
1453 Coffee Corner (horeca)	Jeremyfrieser		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
7UP	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.[167]	Nee
AA Drink	Thooootje	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Airheads	Kwebbelkop	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Albert Heijn (augurken)	Mertabimert		1	**1**	Ja	Nee
Albert Heijn (houdbare halfvolle melk)	officialsaarx		1	**1**	Ja	Ja
Albert Heijn (maiswafels/mango)	Annanooshin		1	**1**	Ja	Nee
Albert Heijn (scharrelkipreepjes)	jadeanna		1	**1**	Ja	Ja
Alta Dena Dairy (volle melk)	Kwebbelkop	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
AMICI	Bassmit		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Amorino (ijssalon)	Jeremyfrieser	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Anna Café	jadeanna	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Antonin Rodet	Kalvijn	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Apenshot	jadeanna	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Apetina	Ninahouston	1		**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Australian	Jeremyfrieser	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Autodrop	jessehoefnagels		1	**1**	Nee, doelgroep	Nee

[167] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

					onb.	
Babybel	Kwebbelkop	1		**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Bacardi	jadeanna	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Ninahouston	1	1	**2**		
Bailey's	Ninahouston		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Barilla	Kwebbelkop	1		**1**	Ja	Afh. v. prod.
Bavaria	Giel		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Matthy		1	**1**		
	Stuktv	1		**1**		
Beemster	Bram.Krikke	1		**1**	Afh. v. prod.	Nee
Belvedere	Glenfontein		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Ben & Jerry's	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Rutgervink		1	**1**		
Bifi	Thooootje		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
BijBlauw (horeca)	Dee	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
BIO+	Bram.Krikke	1		**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Birra Moretti	Jillruby		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Blue Plate (mayonaise)	Kwebbelkop	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Blueband	Jeremyfrieser		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Blueband (kookroom)	Ninahouston	1		**1**	Ja	Nee
Bodymass	sennabellod		1	**1**	Niet beoordeeld	Nee
Bona	Negin_mirsaleh	2	1	**3**	Ja	Ja
Bonduelle (lunch bowl)	jadeanna		1	**1**	Ja	Nee
Bonne Maman	Queenofjetlags	2		**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Boscafé 't Hijgend Hert (horeca)	Meesterjesper	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Bounty	Kwebbelkop	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Bubblicious	Thooootje		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Burger King	Jeremyfrieser	1		**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Buys	Maritbrugman		1	**1**	Nee, doelgroep	Nee

					onb.	
Café Célestine	Queenofjetlags	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Café de Flore	Queenofjetlags	2	1	**3**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Café de Klos	Kalvijn		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Café Eijlders	Monicageuze	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Cafetaria 't Koepeltje	Annanooshin	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Calvé (mayonaise)	Kajstypetjes		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Campina (algemeen)	Enzoknol		8	**8**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
	Meesterjesper	1		**1**		
Campina (karnemelk)	Jeremyfrieser	1		**1**	Ja	Ja
Canard-Duchêne	Queenofjetlags		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Capri-Sun	jadeanna	1	1	**2**	Nee, doelgroep onb.[168]	Nee
Carib (horeca)	Dee	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Casa del Agua (olie)	Ninahouston	1		**1**	Onbekend	Niet beoordeeld
Chandon	Bassmit		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Charlie's Organics	Monicageuze		1	**1**	Ja	Nee
Chaudfontaine	Ninahouston		1	**1**	Ja	Ja
	officialsaarx		1	**1**		
Chaupain (bakker)	jadeanna	1		**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Cheetos	Annanooshin	1		**1**	Ja	Nee
	jadeanna	1		**1**		
	Kajstypetjes		1	**1**		
Chiquita	Kwebbelkop	1		**1**	Ja	Ja
Chocomel	officialsaarx		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Chun Cafe	Beautygloss		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Coca-Cola	Annanooshin	2		**2**	Nee, doelgroep	Nee

[168] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

	Bassmit	1	2	**3**	onb.[169] .	
	Enzoknol		1	**1**		
	Giel	1		**1**		
	Gio		1	**1**		
	jadeanna	1		**1**		
	Jeremyfrieser	2	3	**5**		
	Kajstypetjes	1		**1**		
	Kalvijn		1	**1**		
	Kwebbelkop	1		**1**		
	Meesterjesper	2		**2**		
	Ninahouston	1		**1**		
	officialsaarx	2	1	**3**		
	Onnedi	1		**1**		
	sennabellod		3	**3**		
	stefandevries		1	**1**		
	Stuktv	1	1	**2**		
	Thooootje		1	**1**		
Codorniu	Kajstypetjes		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Coffeecompany	jadeanna	1		**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Conimex	Kajstypetjes		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Cornet	nielsschlimback		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Cornetto	Bassmit	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Corona	Jeremyfrieser		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Meesterjesper	1		**1**		
Croky	Mertabimert		1	**1**	Ja	Nee
Cup-a-Soup	Bram.Krikke	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
De Molen (gevulde koek)	Mertabimert		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
De Ruijter	Kalvijn	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
De Visserij (horeca)	Dee	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.

[169] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Desperados	Jeremyfrieser		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	jessehoefnagels	1		**1**		
	Stuktv	1		**1**		
Dextro Energy	Thooootje		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Domino's Pizza	Jeremyfrieser	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Doritos	rhodeekok	1		**1**	Ja	Nee
	Rutgervink		1	**1**		
Douwe Egberts	Nienkeplas	1		**1**	Ja	Ja
Dr. Oetker	Jillruby	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Eat natural	jessehoefnagels		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Echte Enkhuizer	Thooootje		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Enlightened (cookie dough ijs)	Kwebbelkop	1		**1**	Onbekend	Nee
Eru	Milanknol		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
	Stuktv	1		**1**		
Evian	jadeanna	1		**1**	Ja	Ja
Extra (kauwgom)	Meisjedjamila	1		**1**	Ja	Nee
Fanta	Beautygloss		1	**1**	Nee doelgroep onb.[170]	Nee
	jadeanna	1		**1**		
	Jeremyfrieser		2	**2**		
	jessehoefnagels		1	**1**		
	Meesterjesper	1		**1**		
	Nienkeplas	1		**1**		
	Ninahouston	1		**1**		
	Royalistiq		1	**1**		
	Stuktv	1		**1**		
Five Guys	Jeremyfrieser	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Afh. v. prod.
Flügel	Kalvijn	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Focus Drink	Milanknol	1		**1**	Ja	Nee
Fontalba (mineraalwater)	Glenfontein	1		**1**	Ja	Ja
Fristi	Ninahouston	1		**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.

[170] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Fruittella	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Fulfil	Thooootje		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Funcakes	Rutgervink	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Galbani	Kwebbelkop	1		**1**	Ja	Ja
Galbani (mozarella)	Kwebbelkop		1	**1**	Ja	Ja
George (horeca)	sennabellod		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Gevalia	Kwebbelkop	1		**1**	Ja	Ja
Girost-Moussy	Monicageuze		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Glenn (horeca)	Glenfontein		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Go Fresh bakery	Maritbrugman	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Gochu Gang Korean Fried Chicken	Beautygloss		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Gordon's	officialsaarx		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Gran Livenza	Giel		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Grand'Italia	Gio		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
	Ninahouston	1		**1**		
Grolsch	Thooootje	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Gulpener	stefania_		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Gwoon (pindakaas)	sennabellod		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Happy Italy	Emmakeuven	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Haribo	Kwebbelkop	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Meesterjesper	1		**1**		
	Rutgervink		1	**1**		
	Thooootje		1	**1**		
Heineken	Annanooshin	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Bassmit		3	**3**		
	Bibi.social_		1	**1**		
	Giel	1		**1**		

	Kalvijn	1		**1**		
	Maritbrugman		1	**1**		
	Matthy		1	**1**		
	Meesterjesper	1	2	**3**		
	Nienkeplas		1	**1**		
	officialsaarx		1	**1**		
	rhodeekok	1		**1**		
	sennabellod	1		**1**		
	stefandevries		1	**1**		
	Stuktv	1		**1**		
	Thooootje		2	**2**		
Heineken 0.0	Jeremyfrieser	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Kalvijn	1	3	**4**		
	Matthy		1	**1**		
	Nienkeplas	1	1	**2**		
	Uberquin	1		**1**		
Heinz	Kajstypetjes		1	**1**	Afh. v. prod.	Nee
	Kwebbelkop	2		**2**		
	Maritbrugman	2		**2**		
	sennabellod		1	**1**		
Hello Kitty chocoladesticks	Annanooshin		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Hero	Kajstypetjes		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Nee
Hershey's	Kwebbelkop	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Hertog Jan	Stuktv	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
HiPRO	Ninahouston	1		**1**	Ja	Afh. v. prod.
Honig	Kajstypetjes		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
I Am	sennabellod		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Innocent	Ninahouston	2		**2**	Nee, doelgroep onb.[171]	Nee
Iso Light	Jeremyfrieser		1	**1**	Ja	Nee
Izakaya (horeca)	rhodeekok		1	**1**	Afh. v. prod. en	Afh. v. prod.

[171] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

					portiegrootte	
Jack Daniel's	jadeanna	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Jägermeister	Stuktv	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
JIMMY's	Bassmit	1	1	**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	jadeanna	1		**1**		
	Meesterjesper	1		**1**		
John Scott's (horeca)	Bassmit		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Jumbo (augurken)	Jeremyfrieser	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Jumbo (chips/knackworsten)	Meesterjesper	1		**1**	Ja	Nee
Kellogg's	Kwebbelkop	1		**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Kesbeke (augurken)	Giel	1	1	**2**	Ja	Nee
KFC	Jeremyfrieser	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Kikkoman	Jeremyfrieser		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Ninahouston		1	**1**		
KitKat	Annanooshin	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	jadeanna	1	1	**2**		
Kitsuné (horeca)	Ninahouston		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Kleiner Klopfer	Kalvijn	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Klene	Annanooshin		3	**3**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Klop-Klop	officialsaarx		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Knorr	Gio		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Koopmans	jadeanna		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Krikkies	Rutgervink		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Krispy Kreme	Jeremyfrieser	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Kühne augurken	Mertabimert		1	**1**	Ja	Nee
La Nostra Gigi (horeca)	jadeanna	2		**2**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
	nielsschlimback		1	**1**		
La Place (thee)	Rutgervink	1		**1**	Ja	Ja
La vache qui rit (cheez dippers)	Ninahouston	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee

Lassie	Gio		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
	Kajstypetjes		1	**1**		
Lays	jadeanna	2		**2**	Ja	Nee
	Kajstypetjes		1	**1**		
	Jeremyfrieser		1	**1**		
	Meesterjesper		1	**1**		
	rhodeekok		1	**1**		
Lemon Perfect	Annanooshin		1	**1**	Ja	Nee
Licor 43	Ninahouston		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Liga	jessehoefnagels		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Lion	Kwebbelkop	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Lipton	Annanooshin		1	**1**	Nee, doelgroep onb.[172]	Nee
	Enzoknol		1	**1**		
	jadeanna	1		**1**		
	Jeremyfrieser		1	**1**		
	Kajstypetjes		1	**1**		
Lipton (ice tea)	Annanooshin		1	**1**	Nee, doelgroep onb.[173]	Nee
	jadeanna		1	**1**		
	Jeremyfrieser		2	**2**		
Loetje (horeca)	Emmakeuven	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Lonka	nielsschlimback		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	officialsaarx		1	**1**		
L'Or	jadeanna		1	**1**	Ja	Ja
LU	jessehoefnagels		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Jillruby	1		**1**		
	Kajstypetjes		1	**1**		
	Queenofjetlags	1		**1**		
	Thooootje		1	**1**		
Lucerne	Kwebbelkop	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
M&M's	jessehoefnagels		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Kwebbelkop	1		**1**		

[172] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).
[173] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Maggi	Gio		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Magnum	Bassmit	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Kwebbelkop	1		**1**		
	Monicageuze		1	**1**		
Mailly	Monicageuze		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Malibu	jadeanna	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Maltesers	jadeanna	1	1	**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Rutgervink		1	**1**		
Marie Stella Maris	Annanooshin		1	**1**	Ja	Ja
	jadeanna		2	**2**		
Mars	jadeanna	2	1	**3**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Rutgervink		1	**1**		
Martini	Kwebbelkop	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Maxibon (ijs)	Kajstypetjes		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
McDonald's	Bassmit		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Afh. v. prod.
	Giel	1		**1**		
	jadeanna	1		**1**		
	Jeremyfrieser	3		**3**		
	Kwebbelkop	1		**1**		
	Meesterjesper	1		**1**		
	Ninahouston	2		**2**		
	Onnedi		1	**1**		
	Queenofjetlags	1		**1**		
	Rutgervink		2	**2**		
	stefania_	1		**1**		
McFlurry	jadeanna		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Melkan	Annanooshin		1	**1**	Ja	Ja
	Bram.Krikke	1		**1**		
	sennabellod		1	**1**		
Mentos	Jeremyfrieser		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Kwebbelkop	1		**1**		
	Stuktv	1		**1**		
	Thooootje	1	1	**2**		

Mia Moscato	Giel		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Milka	Rutgervink		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Milky Way	Jeremyfrieser	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Milner	Bram.Krikke	1		**1**	Ja	Ja
Monin	Jeremyfrieser		4	**4**	Nee	Nee
Moos	jadeanna	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Mr Beast	Rutgervink		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Mr Beast Burger (horeca)	Jeremyfrieser		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Myerij (horeca)	Jeremyfrieser		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Nerds	Rutgervink		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Nutella	Rutgervink	1	1	**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Oatly	Jeremyfrieser	1		**1**	Ja	Nee
Ola	Monicageuze		1	**1**	Afh. v. prod.	Nee
Oliebollerie (oliebollenkraam)	Nienkeplas	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Ophicus	Giel		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Opkickertje	Stuktv	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Oreo	jadeanna	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Kwebbelkop	1		**1**		
Orville Redenbacher's (popcorn)	Meisjedjamila	1		**1**	Onbekend	Nee
Oscar Mayer (rauwe ham)	Kwebbelkop	3		**3**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Paulaner	Monicageuze	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Pepsi	Glenfontein	2		**2**	Nee (UNESDA), doelgroep onb.	Nee
	jadeanna		1	**1**		
	sennabellod	1		**1**		
	Glenfontein	2		**2**		
Perla	Jeremyfrieser		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Philadelphia	Kwebbelkop	1		**1**	Nee, doelgroep	Afh. v. prod.

	Monicageuze		1	**1**	onb.	
Pickwick	Jeremyfrieser		1	**1**	Ja	Ja
Plus (huzarensalade/vruchtenhagel)	Maritbrugman	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Poperings Hommelbier	Meesterjesper	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Président	Kwebbelkop	2		**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Prime	Jeremyfrieser	1		**1**	Ja	Nee
	Rutgervink		1	**1**		
	Jeremyfrieser	1		**1**		
Pringles	Kwebbelkop	1		**1**	Ja	Nee
	Meesterjesper	1		**1**		
Qlique (horeca)	jadeanna	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Raising Cane's Chicken Fingers (horeca)	Kwebbelkop	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Red Bull	Bassmit		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	jadeanna	1		**1**		
	Jeremyfrieser	1		**1**		
	jessehoefnagels	3		**3**		
	Kalvijn	1	1	**2**		
	Kwebbelkop	1		**1**		
	Rutgervink		1	**1**		
Redband	Kajstypetjes		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Remia	Bram.Krikke		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Jeremyfrieser		1	**1**		
	Kajstypetjes		1	**1**		
	Maritbrugman	1		**1**		
Ricola	Thooootje		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Rivella	Jeremyfrieser		1	**1**	Nee (UNESDA), doelgroep onb.	Nee
	Kajstypetjes		1	**1**		
Rudas (horeca)	jadeanna	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Rum Barrel Amsterdam	Beautygloss		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Salon de thé (horeca)	Bassmit	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.

San Pellegrino	Ninahouston	1	1	**2**	Ja	Ja
	Thooootje	1		**1**		
Santa Vittoria ice tea	Jeremyfrieser	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Sarimi (noodles)	Maritbrugman	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Sevilla Restaurant	Annanooshin		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Skittles	dezoetezusjes		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Jeremyfrieser		1	**1**		
	Kwebbelkop	1		**1**		
Smint	Meesterjesper	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Meisjedjamila	1		**1**		
Snickers	Annanooshin		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	jadeanna	1		**1**		
	Jeremyfrieser	1		**1**		
	Kwebbelkop	2		**2**		
Sourcy	Bassmit		1	**1**	Nee (UNESDA), doelgroep onb.	Nee
	Emmakeuven	1		**1**		
	jadeanna		1	**1**		
Spa	Kajstypetjes		1	**1**	Nee (UNESDA), doelgroep onb.	Afh. v. prod.
	Mertabimert		1	**1**		
Sportlife	Thooootje	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Sprite	jadeanna	1		**1**	Nee (UNESDA), doelgroep onb.	Nee
	Jeremyfrieser		1	**1**		
	Stuktv	1		**1**		
Starbucks	Beautygloss	1		**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
	jadeanna	1		**1**		
	Jeremyfrieser	2		**2**		
	Meisjedjamila	1		**1**		
	Monicageuze		1	**1**		
	Ninahouston	2		**2**		
	officialsaarx		1	**1**		
	Rutgervink		1	**1**		
	sarahjulia	1		**1**		
	sennabellod	1		**1**		
Stëlz	jadeanna	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee

Sun-Maid	Kwebbelkop	1		**1**	Ja	Ja
Texels	Meesterjesper		2	**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Thuisbezorgd	jessehoefnagels		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
	Stuktv	1		**1**		
Tony's Chocolonely	jadeanna	1	1	**2**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Twix	jadeanna	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Twix	Kwebbelkop	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Tyrells	jadeanna	1		**1**	Ja	Nee
Uber Eats	Beautygloss		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
	jessehoefnagels	2		**2**		
Unox	Bram.Krikke	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
	Enzoknol		5	**5**		
	Gio		1	**1**		
	Kajstypetjes		1	**1**		
Van Gilse	Jillruby	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Velveeta	Kwebbelkop	1		**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Venco	Kajstypetjes		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Verkade	Kajstypetjes		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Waaltje (horeca)	Ninahouston		1	**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Wagyu Bar & Kitchen (horeca)	jadeanna	1		**1**	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Wasa	Meesterjesper	1		**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
	sennabellod		1	**1**		
Wilhelmina	Thooootje		1	**1**	Nee, doelgroep onb.	Nee
Zaanse hoeve	Jillruby	1		**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Zuivere Koffie (foodtruck - koffie)	jadeanna		1	**1**	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.

Bijlage 7 Voedingsmerken in TikTok-posts

Voedingsmerken prominent in beeld, sponsoring onzeker

Merk	Posts	Account(s)	Voedingskundige criteria RvV	Schijf van Vijf
Australian	1	jeremyfrieser	Ja	Ja
Barebells	6	jadeanna	Ja	Afh. v. prod.
Barebells (proteinbar)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Barebells (proteine milkshake)	1	jadeanna	Ja	Ja
Bifi	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee
Bounty	1	Milanknoller	Nee, doelgroep onb.	Nee
Cabau	6	jadeanna	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Café de Haven	1	kalvijn	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Campbell's	1	Monicageuze	Afh. v. prod.	Nee
Chocomel	1	quintenverschure	Nee, doelgroep onb.	Nee
Cinnabon	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Coca-Cola	1	Bram Krikke	Nee, doelgroep onb.[174]	Nee
	3	Monicageuze		
Croissant Show	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
De Ruijter	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Delacre	1	NadirdeArabier	Nee, doelgroep onb.	Nee
Domino's	1	Markielucas	Nee, doelgroep onb.	Nee
Douwe Egberts (ijskoffie)	1	emmakeuven	Nee, doelgroep onb.	Nee
Dulcesol Macaron Toffee	1	Milanknoller	Nee, doelgroep onb.	Nee
Etna Confiserie	1	emmakeuven	Nee, doelgroep onb	Nee
Fitness Candy	2	jadeanna	AFh. v. prod.	Afh. v. prod.
Five Guys	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Afh. v. prod.
Focus Drink	1	jeremyfrieser	Ja	Nee
	1	Milanknoller		
Fruity's	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee

[174] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Fulfil proteinbar	1	jadeanna	Ja	Nee
Gal (horeca in dubai)	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Giuseppe (pizzaria)	1	jeremyfrieser	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Heal (horeca in dubai)	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Herr's	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee
HiPRO (peanut butter)	1	jadeanna	Ja	Nee
Holy Shot	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
House Of Caviar & Fine Food	1	Monicageuze	Ja	Ja
I Dolci di Montagna	1	NadirdeArabier	Nee, doelgroep onb.	Nee
In N Out Burger	1	bokado	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Joe & the Juice	2	jeremyfrieser	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
	2	NinaHouston_		
Joe's Pizza (pizzarestaurant in New York)	1	jeremyfrieser	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
JuiceBrothers	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee
Jumbo (Mix Chips)	1	Meester Jesper	Ja	Nee
KFC	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Kinder	2	NadirdeArabier	Nee, doelgroep onb.	Nee
Kitkat	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee
Knor	1	Kwebbelkop	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Krispy Kreme (doughnuts)	1	jeremyfrieser	Nee, doelgroep onb.	Nee
Lay's	1	NadirdeArabier	Ja	Nee
	2	quinnenaaron		
Levain Bakery	1	Monicageuze	Afh. v. prod. en portiegrootte	Nee
Liberty Bagels	1	NinaHouston_	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Lidl (kiwi bessen)	1	Quintymirjam	Ja	Ja
Lipton (ijsthee)	1	jeremyfrieser	Nee, doelgroep onb[175]	Nee
Lohilo	2	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Nee
Look-o-Look	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee
Lotus	1	emmakeuven	Nee, doelgroep onb.	Nee

[175] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Marx O'Larry's (ijssalon)	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
McDonald's	3	bokado	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
	4	GlenFontein		
	2	jeremyfrieser		
	1	Meester Jesper		
	2	Monicageuze		
	1	NadirdeArabier		
	1	NinaSchotpoortxx		
Melkunie (protein)	1	NinaHouston_		
Myprotein (Flavdrops)	2	jadeanna	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Nagai Sushi	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Nee
Nespresso	1	NinaHouston_	Ja	Ja
Nutella	1	sherellmartini	Nee, doelgroep onb.	Nee
Oeuf (horeca)	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Ola (Magnum)	2	quintenverschure	Nee, doelgroep onb.	Nee
ON optimum nutrion (proteinebar)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Oreo	1	NadirdeArabier	Nee, doelgroep onb.	Nee
Patser (clear whey)	1	jadeanna	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Prime	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee
Red Band	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee
Remia	1	NinaHouston_	Nee, doelgroep onb.	Nee
Rich Meals	1	jadeanna	Onbekend	Nee
Rolph's (horeca)	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Shake Shack	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Smarties	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee
Snickers	1	dylanhaegens	Nee, doelgroep onb.	Nee
	2	jadeanna		
Soho House Amsterdam (horeca)	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Sourcy (vitamin water)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.[176]	Nee

[176] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Sprite	1	NadirdeArabier	Nee, doelgroep onb.[177]	Nee
Starbucks	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
	4	jeremyfrieser		
	3	NinaHouston_		
Tilda	1	NadirdeArabier	Afh. v. prod.	Nee
Tony's Chocoloney	1	kalvijn	Nee, doelgroep onb.	Nee
Unox	1	lorenzodinatelle	Nee, doelgroep onb.	Nee
Upfront	2	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Upfront (protein bar)	2	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Verkade	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee
Warrior (Raw Protein Flapjack)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Weekend Cafe (NY)	1	jeremyfrieser	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Zero Zero (broodjeswinkel)	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.

Voedingsmerken in beeld, vermoedelijk niet gesponsord

Merk	Posts	Account(s)	Voedingskundige criteria RvV	Schijf van Vijf
Albert Heijn (bio crème honing)	1	quinnenaaron	Nee, doelgroep onb.	Nee
Albert Heijn (blauwe bessen)	2	jadeanna	Ja	Ja
Albert Heijn (borrelnoten)	1	bokado	Ja	Nee
Albert Heijn (bouillon)	1	quintenverschure	Ja	Nee
Albert Heijn (diepvriesfruit)	1	bokado	Ja	Ja
Albert Heijn (dunne maiswafels)	1	NinaHouston_	Ja	Nee
Albert Heijn (Garnalen, Pitas)	1	jadeanna	Ja	Ja
Albert Heijn (Geitenkaas, Rucola, Cherry tomaten)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Albert Heijn (halfvolle melk)	1	quinnenaaron	Ja	Ja
Albert Heijn (Kaas, Smeerkaas, komkommer, reeks aan vleesbeleg)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Albert Heijn (komijnenkaas 48+)	1	Quintymirjam	Nee, doelgroep onb.	Nee
Albert Heijn (komkommer en tomaat)	1	quinnenaaron	Ja	Ja

[177] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Albert Heijn (magere franse kwark)	2	jadeanna	Ja	Ja
Albert Heijn (uien)	1	jadeanna	Ja	Ja
Almdudler (frisdrank)	1	bokado	Nee, doelgroep onb.	Nee
Babybel	1	NinaHouston_	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Bakker Meijer (Havermoutkoeken)	1	jadeanna	Onbekend	Nee
Barebells	3	jadeanna	Ja	Afh. v. prod.
Bifi	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee
Bimbo	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee
Bonduelle (good lunch)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Burger King	1	jeremyfrieser	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Cabau	1	jadeanna	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Cafecito	3	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Calvé (pindakaas regular)	1	quinnenaaron	Ja	Nee
Campina (vla)	1	jadeanna	Ja	Nee
Campina(boter)	1	NinaHouston_	Nee, doelgroep onb.	Nee
Cappuccino (naam horeca op Ibiza)	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Chip City (koekjes)	1	jeremyfrieser	Nee, doelgroep onb.	Nee
Chiqueolatte (horeca)	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Chocomel	2	quinnenaaron	Nee, doelgroep onb.	Nee
Coca-Cola	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.[178]	Nee
	1	Meester Jesper		
	2	Monicageuze		
	1	NinaHouston_		
	2	quinnenaaron		
	2	Rhodé Kok		
Cortese	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee

[178] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Cup-a-Soup	1	Bram Krikke	Ja	Nee
Danone (HiPRO)	1	jadeanna	Ja	Ja
De Ruijter	1	Bankzitters	Nee, doelgroep onb.	Nee
	1	jadeanna		
Domino's	1	bokado	Nee, doelgroep onb.	Nee
	1	jeremyfrieser		
Dorito's	1	kalvijn	Ja	Nee
Douwe Egberts (cappuccino)	1	quintenverschure	Ja	Ja
Dr. Oetker	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Dunkin' Donuts	1	bokado	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
	1	Stefandevries		
Dunkin' Donuts (koffie)	1	Stefandevries	Ja	Afh. v. prod.
Egg Shop	1	jeremyfrieser	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Essentially catering(fruitsapfruitsap)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Evian	1	jadeanna	Ja	Ja
Fanta	2	Meester Jesper	Nee, doelgroep onb.[179]	Nee
	1	NinaHouston_		
Febo	1	kalvijn	Nee, doelgroep onb.	Nee
	1	Rhodé Kok		
Five Brothers Fat (horeca)	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Five Guys	1	jeremyfrieser	Nee, doelgroep onb.	Afh. v. prod.
	1	Monicageuze		
	1	sherellmartini		
Fristi	1	NinaHouston_	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
Galbani(mozzarella)	1	Kwebbelkop	Nee, doelgroep onb.	Afh. v. prod.
Greenfields (runderrookvlees lichtgezouten)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Grenade	2	jadeanna	Ja	Nee
Häagen Dazs	1	Hanwe	Nee, doelgroep onb.	Nee
Hanuta	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee

[179] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Haribo	2	quinnenaaron	Nee, doelgroep onb.	Nee
Heinz(ketchup)	1	NinaHouston_	Ja	Nee
Hello Fresh	1	jadeanna	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
HiPRO	2	jadeanna	Ja	Afh. v. prod.
	1	NinaHouston_		
Innocent	2	NinaHouston_	Nee, doelgroep onb.	Nee
Joe & the Juice	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Joe & the Juice (horeca)	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Jumbo (augurken)	1	jeremyfrieser	Ja	Nee
Jumbo (tumtum mix)	1	quinnenaaron	Nee, doelgroep onb.	Nee
Kellogg's	1	Monicageuze	Afh. v. prod.	Afh. v. prod.
KFC	1	jeremyfrieser	Nee, doelgroep onb.	Nee
	1	Monicageuze		
Kinder	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee
Klene (drop)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Koekemannetje	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Koopmans(pannenkoek mix)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
La vache qui rit(cheez dippers)	1	NinaHouston_	Nee, doelgroep onb.	Nee
Lassie	1	quintenverschure	Nee, doelgroep onb.	Afh. v. prod.
Lay's	1	bokado	Ja	Nee
	1	jadeanna		
	1	Rhodé Kok		
Lipton (ice tea)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.[180]	Nee
	1	jeremyfrieser		
LU	2	bokado	Nee, doelgroep onb.	Nee
M&M's	1	quinnenaaron	Nee, doelgroep onb.	Nee

[180] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

Mars	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
McDonald's	2	bokado	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
	2	jadeanna		
	2	jeremyfrieser		
	1	Monicageuze		
	1	quinnenaaron		
	2	Rhodé Kok		
	1	Stefandevries		
Melkunie (proteine kwark-salted caramel 0.5% vet)	1	jadeanna	Ja	Nee
Mentos	1	StukTV	Nee, doelgroep onb.	Nee
Merci	1	Bankzitters	Nee, doelgroep onb.	Nee
Milbona (high proteine chocolat)	1	jadeanna	Ja	Ja
Milka	1	Rhodé Kok	Nee, doelgroep onb.	Nee
Milka-Oreo (koekjes)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Monin	1	jeremyfrieser	Nee, doelgroep onb.	Nee
	1	NinaHouston_		
Mountain Joe's (proteine bar)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Mr. Sushi	1	NinaSchotpoortxx	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Nespresso	1	jadeanna	Ja	Ja
Nestlé (Lindahls proteine pudding)	2	jadeanna	Ja	Nee
Nocco focus (energydrink)	1	jadeanna	Ja	Nee
Nutella	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Oatly	1	jeremyfrieser	Ja	Nee
Oatly	1	jeremyfrieser	Ja	Nee
Pellegrino	1	NinaHouston_	Ja	Ja
Pepsi	1	bokado	Nee, doelgroep onb.[181]	Nee
	1	jadeanna		
Philadelphia	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Afh. v. prod.
	1	Monicageuze		

[181] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2).

	1	NinaHouston_		
Pindakaaswinkel	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Pink Lady (appels)	1	jadeanna	Ja	Ja
Poké Bowl Original	1	NinaHouston_	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Prime	1	jeremyfrieser	Nee, doelgroep onb.	Nee
Prince (ministar)	1	bokado	Nee, doelgroep onb.	Nee
Pringles	1	bokado	Ja	Nee
Provamel	1	bokado	Ja	Nee
Pure (creatine)	1	jadeanna	Niet beoordeeld	Niet beoordeeld
Quaker (Havermout)	1	bokado	Ja	Nee
Rainbowls (health food restaurant)	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Red Band	1	quinnenaaron	Nee, doelgroep onb.	Nee
Red Bull	1	bokado	Nee, doelgroep onb.[182]	Nee
	1	kalvijn		
	1	sherellmartini		
Remia	1	NinaHouston_	Nee, doelgroep onb.	Nee
Roto (horeca op ibiza)	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Roy's Heemskerk (gevogelte)	1	jadeanna	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Skyr	1	jadeanna	Ja	Afh. v. prod.
Skyr(0%)	1	Quintymirjam	#N/A	#N/A
Smoothie Rebels (diepvriefruit)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Spa (blauw)	1	Monicageuze	Ja	Ja
	1	officialsaarx		
Starbucks	4	bokado	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
	1	emmakeuven		
	3	jadeanna		
	2	jeremyfrieser		
	2	NinaHouston_		

[182] Aangesloten bij UNESDA (zie paragraaf 1.2)

Starbucks (frisdrank)	1	jeremyfrieser	Nee, doelgroep onb.	Nee
Starbucks (macha tea)	1	bokado	Nee, doelgroep onb.	Nee
Taco Bell	2	Monicageuze	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Takis	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee
Tasteful fruit	1	jadeanna	Ja	Ja
Tea Up	1	bokado	Nee, doelgroep onb.	Nee
Thuisbezorgd	1	StukTV	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Torres Selecta	1	Monicageuze	Nee, doelgroep onb.	Nee
Trader Joe's(steamed chicken soup dumplings)	1	Monicageuze	Ja	Nee
Van Dam Brasserie	1	Rhodé Kok	Afh. v. prod. en portiegrootte	Afh. v. prod.
Van Gilse	1	NinaHouston_	Nee, doelgroep onb.	Nee
Van Gilse (poedersuiker)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Van Gilse (stroop)	1	jadeanna	Nee, doelgroep onb.	Nee
Venz	1	quinnenaaron	Nee, doelgroep onb.	Nee
Wasa(sandwich)	1	kalvijn	Nee, doelgroep onb.	Nee
Yakult	1	Quintymirjam	Nee, doelgroep onb.	Afh. v. prod.
Zaanse Hoeve (jonge kaas)	1	jadeanna	Ja	Ja