

Fractie + steller:

Onderwerp: Kindermarketing

Vraag: Zijn wettelijke beperkingen op kindermarketing geen 'betutteling'?

Antwoord:

- Momenteel zijn de regels die gelden voor kindermarketing vastgelegd in de Reclamecode voor Voedingsmiddelen. Dit zijn vrijwillige afspraken waarbij sprake is van zelfregulering.
- In opdracht van VWS wordt de naleving van deze code elk jaar gemonitord.
- Uit deze monitoring blijkt dat de Code teveel ruimte biedt waardoor er alsnog veel marketing van ongezonde producten gericht wordt op kinderen. De code sluit bijvoorbeeld niet aan bij de schijf van vijf en heeft maar een bereik tot 13 jaar.
- Uit wetenschappelijk onderzoek blijkt dat de marketing van voedsel de voedselvoorkeuren en het aankoop- en consumptiegedrag van jongeren beïnvloedt.
- Eetgewoonten worden vaak al van jongs af aan gevormd en vaak zetten deze gewoonten door tot de volwassen leeftijd.
- Daarnaast zijn kinderen extra gevoelig voor marketing vanwege de hersen die nog in ontwikkeling zijn.
- Om kinderen beter te beschermen zijn daarom wettelijke beperkingen nodig.

Fractie + steller:

Onderwerp: Kindermarketing

Vraag: Wat gaat de staatssecretaris doen aan marketing via social media en influencers?

Antwoord:

- Influencers met meer dan 500.000 zijn verplicht om duidelijk aan te geven wanneer er reclame wordt gemaakt en dienen zicht te houden aan de specifieke reclameregels in de Mediawet.
- Ik werk aan een wetswijziging om kindermarketing van ongezonde voedingsmiddelen te beperken.
- Bepaalde marketingtechnieken mogen dan niet meer gebruikt worden, ook niet door influencers.
- Daarnaast vind ik het belangrijk dat er meer bewustwording komt onder influencers over hun rol bij een gezonde online omgeving.
- Samen met JOGG en enkele influencers ben ik aan het onderzoeken welke afspraken we kunnen maken om meer balans te brengen in de promotie van ongezonde en gezonde producten en leefstijl op sociale media.

Fractie + steller:

Onderwerp: Kindermarketing

Vraag: Is straks de Happy Meal / kinderkoekjes / M&M poppetjes / Sinterklaas / verboden?

Antwoord:

- Bij de voorbereiding van het wetsvoorstel is geïnterviewd welke marketingtechnieken een grote aantrekkingskracht hebben op kinderen.
- Vervolgens is besloten om aan te sluiten bij de mogelijkheden binnen bestaande wetgeving, in dit geval de Warenwet en de Mediawet.
- In het wetsvoorstel zal in ieder geval een definitie worden opgenomen voor 'gezonde voeding' op basis van de Richtlijnen Schijf van Vijf.
- Alleen voor ongezonde voedingsmiddelen gelden de beperkingen op het gebruik van bepaalde marketingtechnieken.
- Het gaat daarbij om de verpakking en de manier van aanbieden. Er worden geen beperkingen gesteld aan het product zelf.
- Ik zal de Kamer op de hoogte blijven houden van de voortgang.