

Monitoring

Aantal gevolgde accounts per platform



2200



2205



710



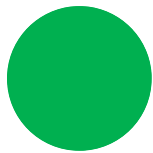
569

Monitoringonderzoek

Toelichting

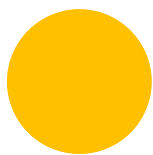
Tussen 2 en 13 december 2024 werden 2829 video's van 824 verschillende Vlaamse creators onderzocht op Instagram, TikTok, Twitch en YouTube.

Van deze 2829 video's bevatten er 382 (14%) commerciële communicatie, 231 (8%) zelfpromotie die duidelijk blijkt uit de context en 2216 (78%) geen commerciële communicatie.



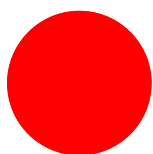
Categorie 1: duidelijk label

Video's met commerciële inhoud waarbij in één oogopslag de term 'advertentie', 'publiciteit' of 'reclame' duidelijk zichtbaar is, eventueel aangevuld met de platformaanduiding. De partner dient daarnaast getagd te zijn.



Categorie 2: onduidelijke aanduiding

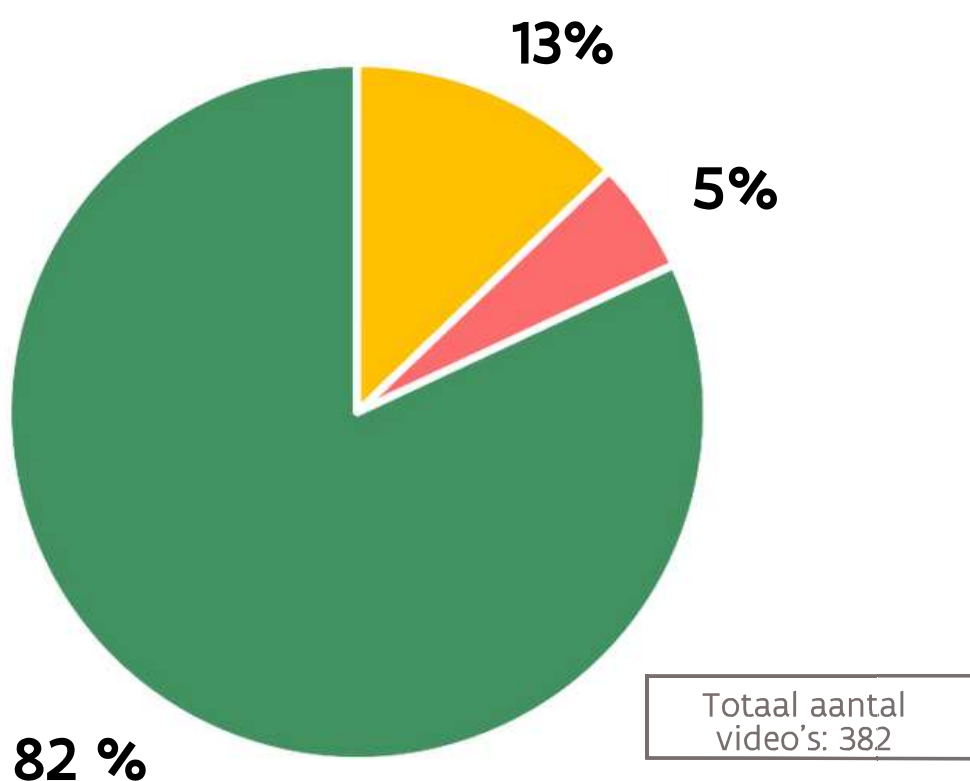
Video's met commerciële inhoud, waarbij het niet onmiddellijk zichtbaar gelabeld is als dusdanig, of waarbij er gebruik wordt gemaakt van alternatieve termen die het CCP niet hanteert.



Categorie 3: geen aanduiding

Video's waarbij elke vorm van identificatie van commerciële communicatie ontbreekt.

Video's met commerciële communicatie



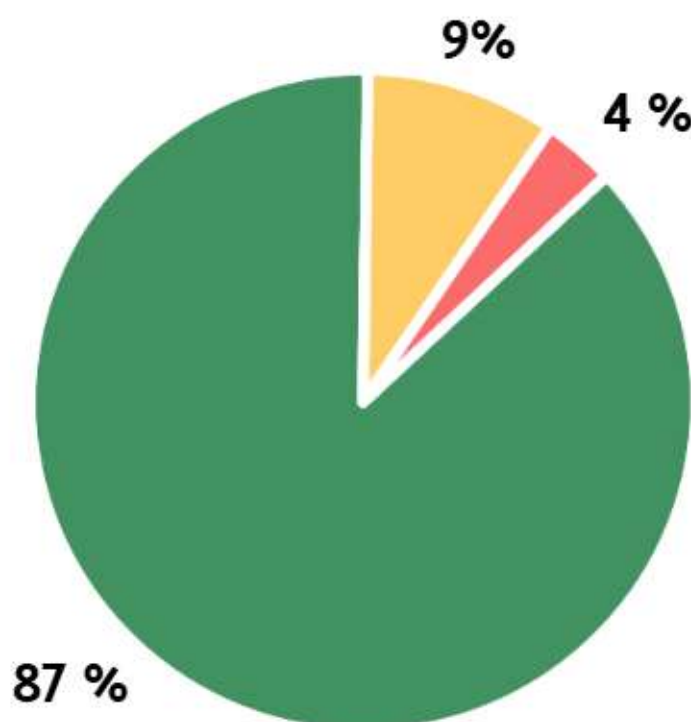
- Video's met: 'Advertentie' of 'Publiciteit' + partner
- Video's met onduidelijke aanduiding
- Video's zonder aanduiding

Van de 382 video's die commerciële communicatie bevatten, waren er 313 (82%) duidelijk aangeduid. 49 video's (13%) waren niet duidelijk aangeduid en 20 (5%) hadden helemaal geen aanduiding.

Monitoringonderzoek



Instagram



Totaal aantal video's: 226

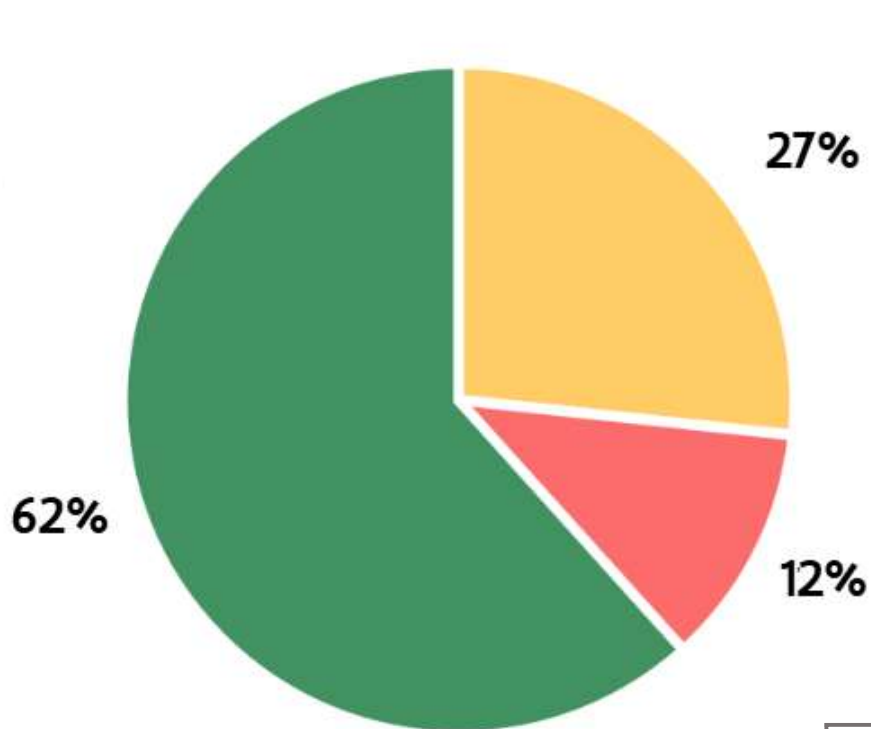
- Video's met: 'Advertentie' of 'Publiciteit' + partner
- Video's met onduidelijke aanduiding
- Video's zonder aanduiding

Van de 226 video's die commerciële communicatie bevatten op Instagram, waren er 197 (87%) duidelijk aangeduid. 21 video's (9%) waren niet duidelijk aangeduid en 8 (4%) hadden helemaal geen aanduiding.

Monitoringonderzoek



TikTok



Totaal aantal video's: 60

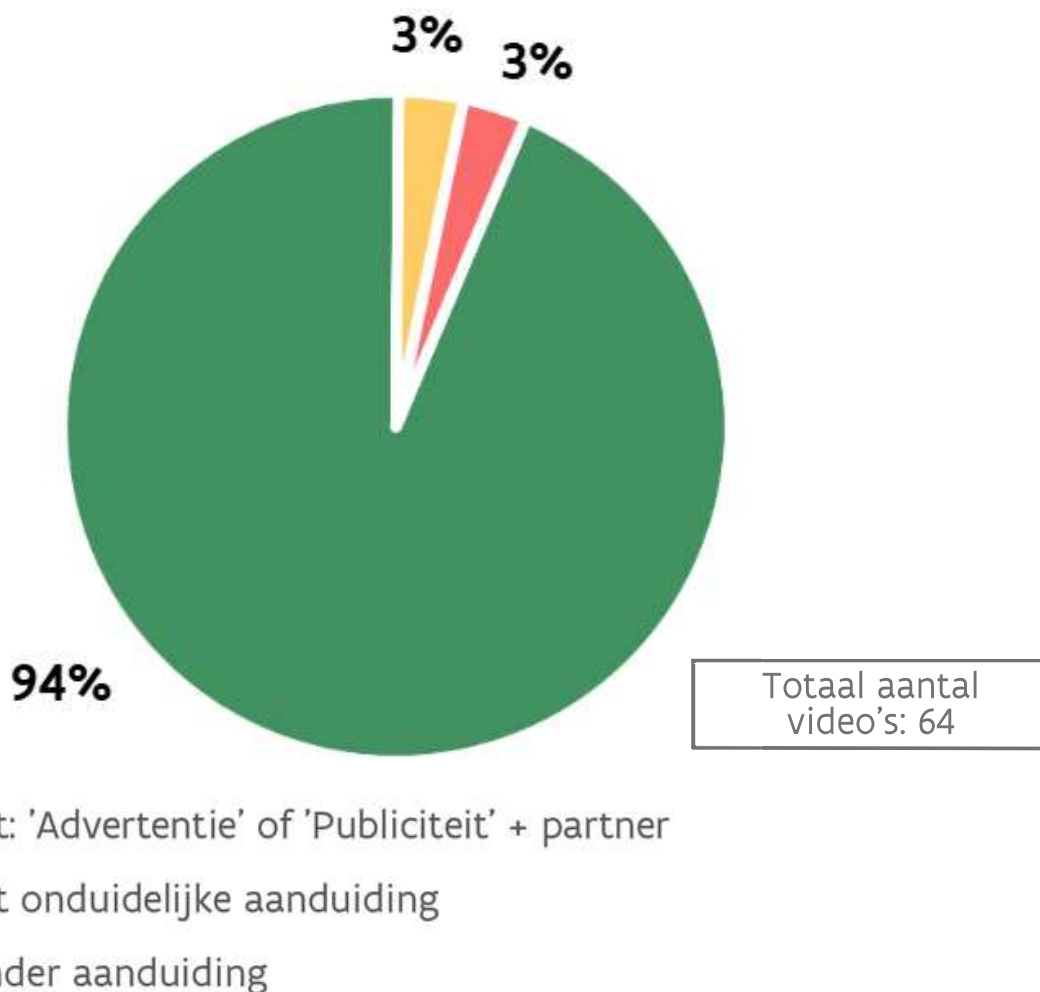
- Video's met: 'Advertentie' of 'Publiciteit' + partner
- Video's met onduidelijke aanduiding
- Video's zonder aanduiding

Van de 60 video's die commerciële communicatie bevatten op TikTok, waren er 37 (62%) duidelijk aangeduid. 16 video's (29%) waren niet duidelijk aangeduid en 7 (12%) hadden helemaal geen aanduiding.

Monitoringonderzoek



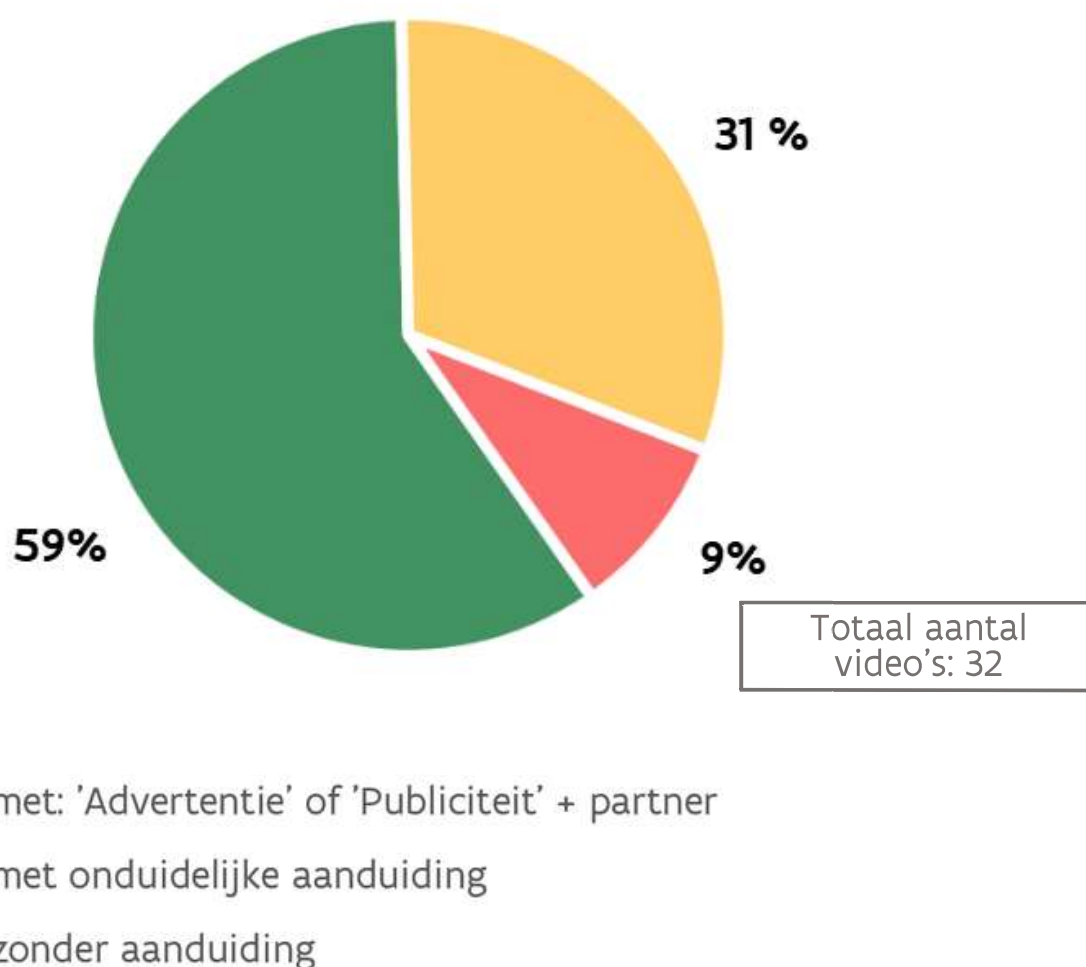
Twitch



Op Twitch werden er 173 livestreams onderzocht. Van deze livestreams was er in 64 (37%) commerciële communicatie aanwezig, in 109 livestreams (63%) was dat niet het geval.

In 60 van de 64 cases (94%), was de commerciële communicatie duidelijk herkenbaar gemaakt. Twee livestreams (3%) waren niet duidelijk aangeduid en de twee resterende hadden geen enkele vorm van aanduiding.

Monitoringonderzoek



Van de 32 video's die commerciële communicatie bevatten op YouTube, waren er 19 (59%) duidelijk aangeduid. 10 video's (31%) waren niet duidelijk aangeduid en 3 (9%) hadden helemaal geen aanduiding.