

# Supermarktdirecteur voor een dag

In het project **'Supermarktdirecteur voor een dag'** zijn basisschoolkinderen voor een dag de baas van de supermarkt. Tijdens het project leren ze over kidsmarketing, gaan ze in gesprek met een lokale supermarktmanager en pitchen ze ideeën voor meer gezonde kidsmarketing in de supermarkt. Hierdoor werken de kinderen en manager samen aan een gezondere voedselomgeving. Op deze manier draagt het project bij aan de kanteling van ongezonde naar gezonde kidsmarketing!



Scan de QR-code voor meer info!



Basisschoolkinderen

'Andere kinderen zouden dit ook moeten leren'

'Vooral het knutselen en het kijken in de supermarkt was leuk'

'Ik was me voor dit project niet bewust van kidsmarketing, dat is er nu wel gekomen'



Supermarktmanager Nijmegen

Bekijk hier de aftermovie! →



## Hoe ziet het project eruit? Stappenplan



School en supermarkt worden aan elkaar gekoppeld



Kinderen leren in de klas over kidsmarketing



Kinderen gaan terug naar de supermarkt om hun ideeën in uitvoering te zien



Kinderen presenteren hun ideeën aan de manager die er een aantal kiest om uit te voeren



Kinderen bezoeken de supermarkt en bedenken een kidsmarketing-actie

# Supermarktdirecteur voor een dag

## Ideeën van de kinderen – editie 1



Gezonde **ijslolly's** gemaakt van gepureerd fruit en fruitsap



Leuke **weetjes** op door kinderen zelf ontworpen bordjes op de groente- en fruitafdeling



Een **smoothie-apparaat** om zelf smoothies te maken



## Inzichten van de supermarktmanagers

1. Het project heeft veel **bewustzijn** gecreëerd over kidsmarketing.
2. Veel klanten en ouders van de kinderen **lazen de bordjes met weetjes** in de supermarkt.
3. Het project zorgt voor **binding** tussen de supermarktmanager, kinderen en ouders en draagt bij aan de wijkfunctie die een supermarkt heeft.
4. Het project draagt bij aan de **betrokkenheid** vanuit de supermarkt(manager).
5. Betrokkenheid bij dit project past goed bij het **takenpakket** van een supermarktmanager: een mooi voorbeeld van maatschappelijk verantwoord ondernemen.
6. Ondersteuning vanuit een externe partij als iresearch zorgt voor een **neutraal imago**.



## Waarom gezonde kidsmarketing?



Wanneer kinderen worden blootgesteld aan marketing van ongezonde producten gaat de inname hiervan omhoog<sup>1</sup>.

Kinderen hebben grote invloed op het aankoopgedrag van ouders. Door kinderen te betrekken in het gezonder maken van de voedselomgeving kan de gezondheid van het hele gezin verbeteren<sup>2</sup>.



Van alle Nederlandse kinderen tussen de 9-12 jaar eet 20% de benodigde hoeveelheid fruit en 25% de benodigde hoeveelheid groenten<sup>3</sup>.

Kinderen die worden blootgesteld aan marketing van gezonde producten hebben een positievere houding tegenover deze producten en kiezen deze vaker<sup>4</sup>.



Supermarktdirecteur voor een dag is mogelijk gemaakt met preventiebudget van



wij zijn  
groen, gezond  
en in beweging  
Nijmegen

Het project is een samenwerking tussen



Radboudumc

