April

ACE SOCIAL

Monthly Scroll

SOCIAL HEADLINER



APPS VAN META & GOOGLE OFFICIEEL TE VERSLAVEND

De kogel is door de kerk: Meta en Google zijn **schuldig bevonden** aan het bewust verslavend maken van hun apps voor jongeren. Als reactie zien we overheden steeds meer druk te zetten op strengere regels, zoals leeftijdsverificatie. Dat kan gevolgen hebben voor hoe platforms functioneren: van toegang tot content tot de manier waarop algoritmes werken. Één ding is zeker, de vraag naar een ‘gezonder’ internet wordt luider dan ooit.

Take-away

Check yourself

Voor merken die zich richten op jongeren is het zaak kritisch te kijken naar de impact op hun mentale gezondheid.

Brace yourself

Bereid je voor op nóg strengere regels rondom data en targeting van minderjarigen.

UPDATES om te Volgen



Testing

Instagram test '**Secret Friends**': een nóg exclusievere lijst naast 'Close Friends'.

Testing

META test met '**Instagram Plus**', een nieuw abonnement met exclusieve Story-features.

Nieuw

Instagram maakt het mogelijk om je **carrousel te herschikken** na plaatsing.

Nieuw

WhatsApp rolt **nieuwe features** uit om chats te verbeteren.

TRENDING TOPIC

What The Helly?!

Apple bracht ons met iOS 26 acht nieuwe emoji's, maar tussen de orka's en Bigfoot steelt de '**Distorted Face**' de show. Met zijn blozende wangen en uitpuilende ogen geeft deze emoji perfect weer hoe we ons momenteel allemaal voelen: verbaasd en confused tegelijk.
Het duurde dan ook niet lang voordat merken op een gevatte manier inspeelden op deze collectieve mood.

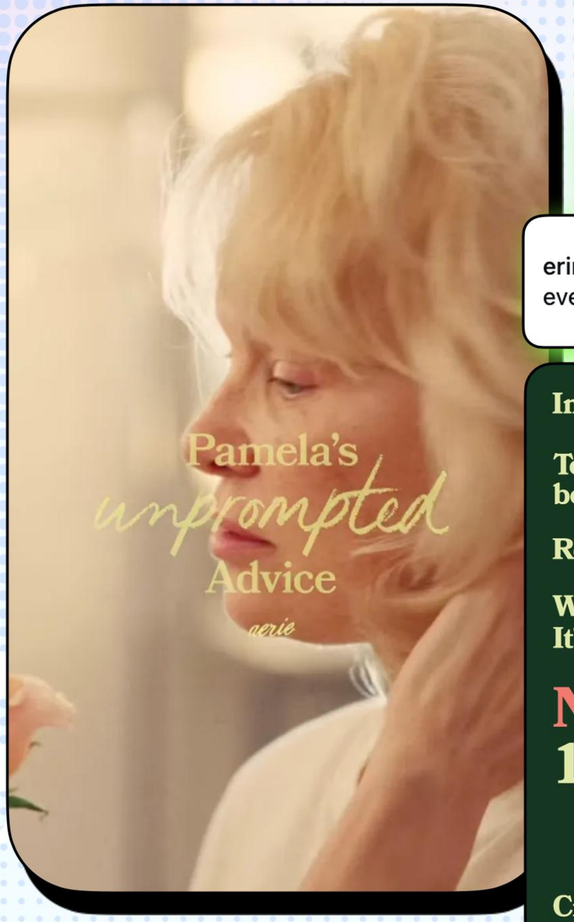








MONTHLY SPOTLIGHT



jamie_.green You can't prompt this! Boom

erintheinsomniac Thank you!! I'm sick of seeing AI everywhere. Keep it real. Aerie customer since 2007!

In 2014, we stopped retouching.

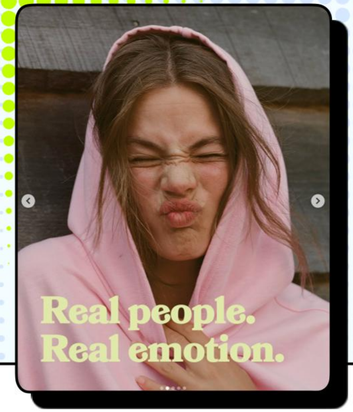
Today we commit: No AI-generated bodies or people.

Real people only.

We believe transparency isn't a trend. It's our promise to you.

No retouching. No AI.
100% Aerie Real.

Created by real people.



Can't Prompt This

Waar veel merken nog zoeken naar hoe om te gaan met AI, neemt lingeriemerk **Aerie** een duidelijke positie in. Vorig jaar maakte het merk al een statement met haar '100% Aerie Real'-belofte: geen retouching, en geen AI-gegenereerde lichamen in hun uitingen.. Nu gaan ze een stap verder met een **nieuwe anti-AI campagne**, met niemand minder dan Pamela Anderson in de hoofdrol. Een ijzersterke match én tegengeluid op de groeiende vermoeidheid rondom AI en alles wat nep voelt.

BEDANKT!

Monthly Scroll

Tot volgende maand!

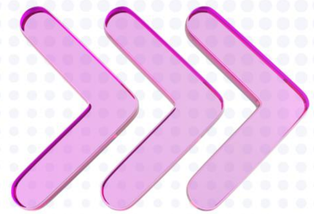
MONTHLY SPOTLIGHT



Onze brand spotlight gaat deze maand naar Albert Heijn, die met hun **ei-phonehoesje** 1 april en Pasen slim samenbracht. Wat lijkt op een grap, blijkt een echte gadget: een hoesje dat pas functioneel wordt als je je telefoon omdraait, en dus weglegt.

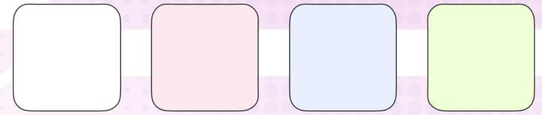
Een scherp inzicht dat raakt aan een groeiende behoefte: minder scherm, meer echte connectie.

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.



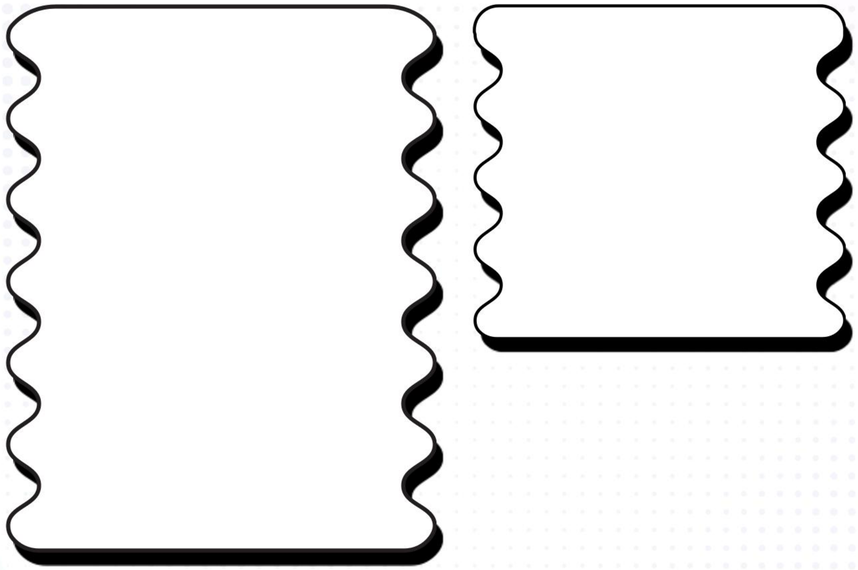
ASSET-SLIDE

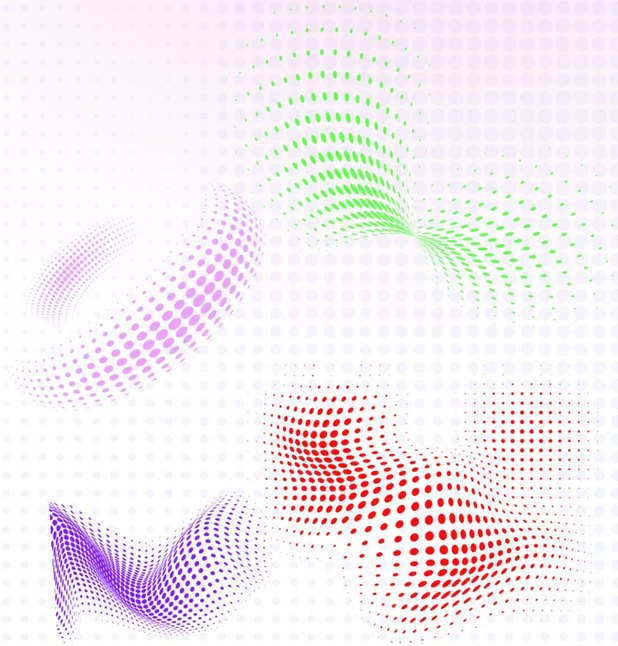












ACE SOCIAL

Monthly Scroll







