

Nyhedsbrev 2019

Alkoholreklamenævnet



Alkohol
reklame
nævnet

Brug sund fornuft ved markedsføring af alkohol

Sund fornuft og ansvarlighed er vejen frem, når det gælder markedsføring af alkoholholdige drikkevarer. Derfor giver det også mening, at enhver markedsføring af alkohol rettet mod børn og unge er forbudt. Alkohol hører ganske enkelt ikke sammen med børn og unge. Derudover giver det også mening, at markedsføring af alkohol ikke forbindes med bedre sociale kompetencer, succes eller løsningen på livets udfordringer.

Der skal være plads til at reklamere for drikkevarer med alkohol på menukortet eller i baren, men det skal ganske enkelt ske med sund fornuft. Hvis den sunde fornuft ikke dukker op af sig selv, er der vejledning at hente hos Alkoholreklamenævnet. Alkoholreklamenævnet har i snart 20 år håndhævet retningslinjer om markedsføring af alkoholholdige drikkevarer på det danske marked og aktivt hjulpet erhvervsdrivende til mere ansvarlig markedsføring af alkohol. Formålet var og er stadig at forbedre den danske alkoholkultur med et særligt fokus på beskyttelse af børn og unge.

Alkoholreklamenævnets retningslinjer er et godt sted at starte, hvis der hersker tvivl om, hvorvidt markedsføringen er ansvarlig.

Har du lyst til at læse mere om retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer? Tryk her.

Lad os sammen vise, at vi er fornuftige og kan passe på hinanden og de unge mennesker.

Sager i Alkoholreklamenævnet

I 2019 har sagerne i udtalt grad omhandlet alkoholmarkedsføring over for børn og unge, samt opfordring til stort eller umådeholdent forbrug.

Markedsføringen sker primært på sociale medier i forbindelse med invitation til fester og arrangementer.

Alkoholreklamenævnet ser særligt strengt på markedsføring rettet mod børn og unge.

Klageadgang

Der er fri og gratis klageadgang til Alkoholreklamenævnet, dvs. både forbrugere, virksomheder og organisationer har adgang til at klage over markedsføringstiltag om alkohol.

Alkoholreklamenævnet kan derudover tage sager op af egen drift.

I tæt samarbejde med de danske myndigheder ønsker Alkoholreklamenævnet at sikre en effektiv og ensartet regulering af markedsføring af alkoholholdige drikkevarer.

Retningslinjerne har, siden de trådte i kraft i 2000, spillet en vigtig rolle i forhold til reguleringen af alkoholholdige drikkevarer. Formålet med retningslinjerne er at skabe fornuftige og ansvarlige rammer om alkoholmarkedsføringen.

Alkoholreklamenævnet

Advokat Pernille Backhausen, (H) er Alkoholreklamenævnets uafhængige formand

I Alkoholreklamenævnet er følgende organisationer repræsenteret:

- Forbrugerrådet Tænk
- Bryggeriforeningen
- Dansk Erhverv
- Kreativitet & Kommunikation
- De Samvirkende Købmænd (DSK)
- HORESTA
- Vin og Spiritus Organisationen i Danmark (V. S.O.D)
- Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har fast observatørstatus i nævnet.

Alkoholreklamenævnets retningslinjer er udtryk for en ansvarlig selvregulering, og retningslinjerne skal betragtes som et sæt minimumskrav til erhvervsdrivende.

Retningslinjerne gælder for alle erhvervsdrivende, der markedsfører alkoholholdige drikkevarer i Danmark. Selve tilblivelsen af retningslinjerne skete i 1999, hvor Erhvervsministeriet forhandlede med en række erhvervs- og forbrugerorganisationer med henblik på at udarbejde et sæt retningslinjer, der regulerede markedsføringen af alkoholholdige drikkevarer.

Forhandlingerne medførte vedtagelsen af retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer samt oprettelsen af Alkoholreklamenævnet (dengang Håndhævelsesudvalget), der skulle administrere og håndhæve de nye retningslinjer.

I sagsbehandlingen lægger Alkoholreklamenævnet vægt på:

