

## Nye retningslinjer fra Alkoholreklamenævnet

Den **1. november 2020** træder Alkoholreklamenævnets reviderede retningslinjer i kraft. Formålet med de reviderede retningslinjer er at afspejle den aktuelle retstilstand.

Det er hensigten med retningslinjerne at styrke forbrugerbeskyttelsen og medvirke til, at markedsføringen af alkohol ikke får uhensigtsmæssige konsekvenser.

Et særligt fokus ved revisionen af retningslinjerne har været beskyttelse af børn og unge, hvor de erhvervsdrivende pålægges at udforme deres markedsføring på en måde, der tager højde for det særlige beskyttelsesbehov, som er påkrævet over for børn og unge.

Med revisionen er anvendelsesområdet for retningslinjerne for markedsføring af alkohol blevet strammet. Fra tidligere at finde anvendelse for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer med 2,8% alkohol eller derover finder retningslinjerne nu anvendelse for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer indeholdende over 0,5% alkohol. Grænsen for hvornår alkohol er omfattet af Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol følger derved Fødevarestyrelsens anbefaling i Vejledning om nærings- og sundhedsanprisninger.

Ved markedsføring over for børn og unge finder retningslinjerne for markedsføring af alkohol anvendelse for alle alkoholholdige drikkevarer uanset volumenprocent alkohol.

### Oversigt over væsentligste ændringer:

- Udvidelse af anvendelsesområde: Retningslinjerne finder anvendelse for markedsføring af drikkevarer indeholdende over 0,5% alkohol.
- I bemærkningerne til § 3 om ansvarlig markedsføring er der oplyst en række eksempler på opfordring til stort eller umådeholdent forbrug. Eksemplerne har til formål at tydeliggøre bestemmelsens anvendelsesområde.
- Kredsen af kendte personer er blevet uddybet og i markedsføring må den kendte person ikke ved sin fremtoning eller optræden give indtryk af, at indtagelse af alkohol bidrager til succes eller giver en særlig status.
- Markedsføring af alkohol må ikke finde sted på arbejdspladser, medmindre alkoholmarkedsføring er en naturlig del af arbejdspladsen. Dette er tilfældet for detailhandlen, hoteller, forlystelsesparker, restauranter, barer og lignende.
- Markedsføring af alkohol i det offentlige rum er tilladt, men der må aldrig ske markedsføring af alkohol, hvor især børn og unge færdes, for eksempel ved børnehaver, skoler og lignende.
- Ved markedsføring af alkohol må der ikke anvendes figurer, animationer, dukker, skuespillere mv. fra eksisterende børneuniverser.