

Politiken den 9.november 2010.

Cult Energy blæser på nye reklameregler

Nye regler forbyder reklamer, hvor målgruppen er under 18 år.



HER er en af de Cult-reklamer, der går lige til stregen. - Foto: Pressebillede

DE NYE RETNINGSLINJER

- Beskyttelsen af børn og unge indføres i selve formålsbestemmelsen for retningslinjerne. Derved bringes hensynet til børn og unge op over alle andre hensyn for alkoholmarkedsføring.
- Markedsføring af alkohol må aldrig finde sted i medier, hvor over 30 procent af publikum er børn og unge.
- Modeller og skuespillere, der bruges i markedsføring, skal være og skal se ud til at være mindst 25 år.
- Der er ikke fastlagt en absolut aldersgrænse for begreberne børn og unge, men et naturligt udgangspunkt er myndighedsalderen, 18 år. Der kan dog i nogle tilfælde være en gruppe af unge, der defineres som for eksempel 15-21 år. De er også omfattet af retningslinjerne.

Kilde: Berlingske Tidende

Unge, smukke Cult-piger, der danser med alkoholiske drikke i hånden, og Carlsberg-ølspil midt i den bedste sendetid.

Det er svært for børn og unge at undgå de mange alkoholreklamer, der fylder de danske medier, og derfor bliver retningslinjerne for god reklameskik nu strammet, skriver Berlingske Tidende.

Men det er hverken Sundhedsstyrelsen eller Folketinget, der står bag de nye retningslinjer. Det er derimod alkoholproducenternes eget magtfulde nævn, Alkoholreklamenævnet, og de vil i dag præsentere de nye retningslinjer for alkoholmarkedsføring.

Modellerne skal være over 25 år

Retningslinjerne betyder blandt andet, at modeller og skuespillere mindst skal være 25 år, før de må bruges i markedsføring af alkoholiske drikke. Samtidig må markedsføringen ikke finde sted i medier, hvor over 30 procent af brugerne er børn og unge.

»Når det kommer til markedsføring af alkohol, skal vi især beskytte børn fra at tro, at det er noget for dem. Samtidig skal vi undgå, at unge mennesker bliver fristet til at købe mere alkohol,« siger Ejvind Sandal, der er formand i Alkoholreklamenævnet.

Cult Energy er da ligeglad

Men de nye retningslinjer preller af på Cult Energy, der ofte går lige til stregen i sin markedsføring. Blandt andet med de såkaldte cult-piger på mellem 18 og 23 år, der til koncerter og på diskoteker reklamerer for Cults produkter.

»Vi følger loven og ikke retningslinjerne, og vi har ikke tænkt os at ændre på vores markedsføring. Med de her retningslinjer vil det være fuldstændig umuligt at reklamere overhovedet,« siger Brian Sørensen, der er direktør i Cult Energy, til Berlingske Tidende.

Og da Cult Energy ikke er medlem af nogen af de brancheorganisationer, der hører under Alkoholreklamenævnet, er det svært at presse firmaet til noget som helst.