

Nej tak til reklamer for alkohol til børn og unge

Af Peter Schaltz, formand for Vin og Spiritusorganisationen i Danmark (VSOD) og Anders Gottlieb Busch, konsulent i Dansk Erhverv

Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet strammer nu op over for indsatsen mod reklamer for alkohol rettet mod børn og unge. I VSOD hilser vi den strammere koordinering ved behandling af klager varmt velkommen. Ofte er det nemlig de få brodne kar, der ødelægger det for de mange seriøse producenter af alkoholholdige varer.

Helt konkret bliver en sag nu automatisk sendt videre til Forbrugerombudsmanden, hvis ikke de erhvervsdrivende retter sig efter en kritik fra Alkoholreklamenævnet. Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet vil fremover også orientere hinanden om sager og afgørelser.

Med det tætte samarbejde mellem Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet får vi nu et forstærket våben over for de få producenter, der bevidst eller ubevidst træder ved siden af og dermed ofte kommer til at tegne et dårligt billede af hele branchen.

I det hele taget ligger de unges alkoholvaner VSOD meget på sinde. Alkoholmisbrug blandt både unge og voksne vil altid ramme branchen negativt, og derfor har vi en klar interesse i at sikre gode alkoholvaner. Vi ønsker, at de unge kommer godt fra start med et sundt og naturligt forhold til alkohol, der varer livet igennem. Det giver tilfredse kunder i butikken på sigt.

Gennem foreningen Gode Alkoholholdninger (GODA) arbejder VSOD derfor på den ene side for at fremme et sundt og afbalanceret forhold til alkohol og på den anden side for at modvirke misbrug. Det gør vi blandt andet ved at lave kampagner målrettet de unge. Vi har en event på Rådhuspladsen på trapperne, hvor de unge får mulighed for at prøve kræfter med en 3D-kørselssimulator. Eventen skal sætte fokus på det høje antal spiritusulykker, der forekommer i sommerperioden. Og i en kommende Messenger-kampagne giver vi de unge mulighed for at give hinanden gode råd om alkoholvaner i et sprog og via et medie, de unge forstår og har lyst til at bruge.

Det betaler sig at udfordre de unges alkoholvaner via kampagner og styrke indsatsen mod de brodne kar i branchen. Ifølge en undersøgelse, som Sundhedsstyrelsen offentliggjorde tidligere i år, drikker unge danskere mindre i dag end for ti år siden. Det er dog for tidligt at hvile på laurbærrene, og i VSOD fortsætter kampen for et sundt forhold til alkohol hos både unge og voksne. Derfor hilser vi også den skærpede kontrol med reklamer for alkohol til børn og unge velkommen.