

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 Annoncørforening
- Dansk Erhverv
- De Samvirkende Købmænd (DSK)
- HORESTA
- Kreativitet & Kommunikation
- 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:

