

Alkoholreklamenævnet



Alkohol
reklame
nævnet

Aldersfiltre på nettet kan afskærme børn og unge

Hvordan bruges et aldersfilter?

Ved markedsføring af alkohol via internettet kan erhvervsdrivende benytte et aldersfilter til at afskære børn og unge fra at få adgang til hjemmesider med indhold om alkohol.

I praksis indebærer et aldersfilter, at brugeren ikke kan få adgang til virksomhedens hjemmeside og/eller opslag på et socialt medie, hvis brugeren er under den i filteret angivne alder ifølge brugerens aldersoplysning.

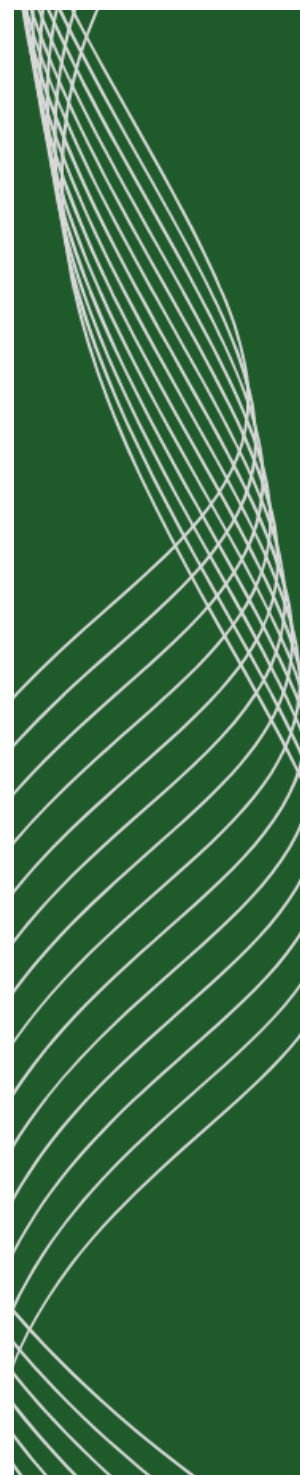
Hvordan indgår brugen af aldersfiltre i Alkoholreklamenævnets sagsbehandling?

Østre Landsret har i dom fra april 2021 lagt til grund, at erhvervsdrivende som udgangspunkt må kunne gå ud fra, at brugerne af et socialt medie giver korrekt information om deres alder ved oprettelse af profiler.

I tråd med Østre Landsrets dom vil brug af aldersfiltre indgå i Alkoholreklamenævnets samlede vurdering af, om en hjemmeside retter alkoholmarkedsføring mod børn og unge.

Hvis brugeren skal oplyse alder ved oprettelse af en profil på et socialt medie, og det sociale medie på denne baggrund giver de erhvervsdrivende adgang til at vælge en aldersbegrænsning, når de opretter en side, må den erhvervsdrivende som udgangspunkt kunne gå ud fra, at brugeren giver korrekt information om alder.

Et aldersfilter, hvor brugeren skal indtaste fødselsdato eller svare ja eller nej til, om brugeren er over 18 år, men hvor der ikke sker nogen yderligere kontrol af oplysningerne, vil som udgangspunkt ikke i sig selv være tilstrækkeligt til at antage, at den pågældende hjemmeside ikke retter sig mod børn og unge. Det indebærer, at aldersfiltre, hvor der ikke foretages en form for kontrol af de afgivne oplysninger, kun kan tillægges en begrænset betydning.



Alkoholreklamenævnet



Alkohol
reklame
nævnet

Om Alkoholreklamenævnet

- Erhvervs- og forbrugerinteresser er ligeligt repræsenteret Alkoholreklamenævnet.
- Uafhængig formand har udslagsgivende stemme.
- Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen er fast observatør ved alle møder.
- Ved oprettelsen af Alkoholreklamenævnet i 2000 blev der udarbejdet retningslinjer for markedsføring af alkohol i samarbejde med Erhvervsministeriet, Sundhedsministeriet og Forbrugerrådet.
- Retningslinjerne har, siden de trådte i kraft i 2000, haft en vigtig rolle i reguleringen af alkohol.
- Formålet med retningslinjer for markedsføring af alkohol er at skabe fornuftige og ansvarlige rammer om alkoholmarkedsføringen.
- Læs retningslinjerne for markedsføring af alkohol [her](#).

Alkoholreklamenævnet

Advokat Marlene Winther Plas er Alkoholreklamenævnets uafhængige formand.

I Alkoholreklamenævnet er følgende organisationer repræsenteret:

- Forbrugerrådet Tænk
- Bryggeriforeningen
- 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.

Samarbejde med Forbrugerombudsmanden

- Alkoholreklamenævnet og Forbrugerombudsmanden har siden 2008 haft et koordineret tilsyn med markedsføring af alkohol i Danmark.
- Læs om samarbejdet [her](#).

