

18. september 2023

## Billund Lufthavns annonce i Jyllands-Posten brød regler om børn og alkohol

*Det var i strid med reglerne om markedsføring af alkohol, da Jyllands-Posten bragte en annonce for Billund Lufthavn med et barn, der drikker Piña Colada. Det konkluderer Alkoholreklamenævnet. Jyllands-Posten og Billund Lufthavn tager sagen meget alvorligt.*

I Jyllands-Postens rejsetillæg i april kunne læserne se en annonce for Billund Lufthavn, der viste en lille pige, der drikker en drink med et sugerør i tilknytning til teksten: "Der findes ikke det jetlag, som en Piña Colada ikke kan fikse".

Annoncen er en overtrædelse af Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol, idet børn og alkohol under ingen omstændigheder må kobles sammen, og fordi det ikke er tilladt at tilskrive alkohol positive egenskaber, fremgår det af en afgørelse fra Alkoholreklamenævnet.

Billund Lufthavn og Jyllands-Posten anfører blandt andet i sine høringssvar, at annoncen reklamerer for Billund Lufthavn og ikke for alkohol, samt at den henvender sig til et voksent publikum.

I sin afgørelse medgiver Alkoholreklamenævnet, at annoncen ikke appellerer til børn og unge. Alligevel udtaler nævnet kritik.

"Annoncen indeholder omtale af alkohol, hvor alkohol tillægges en positiv værdi, og samtidig sker omtalen af alkohol i tilknytning til et barn. Begge dele er i strid med retningslinjerne for markedsføring af alkohol", siger forpersonen for Alkoholreklamenævnet, Marlene Winther Plas.

Jyllands-Posten har meddelt nævnet, at den tager sagen meget alvorligt og vil ikke gentage annoncen, mens Billund Lufthavn beklager, at annoncen har skabt anledning til misfortolkning.

I den kommende periode vil Alkoholreklamenævnet holde særligt øje med, at Billund Lufthavns markedsføring af alkohol ikke er i strid med nævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol.

Yderligere info: Lea Kholghi Frederiksen - [kontakt@alkoholreklamenævnet.dk](mailto:kontakt@alkoholreklamenævnet.dk) - 29 27 26 23.