

ALKOHOL & SAMFUND

Introduktion til aktiviteter i Alkohol & Samfund

v/ Ina Johansen og Magnus Kielberg

Introduktion til projekterne

Mystery Shopping

- Tilgængelighed og alkoholkultur
- Hvordan dokumenterer A&S ulovligt salg af alkohol
- Resultaterne fra A&S' Mystery Shopping

Ulovlig markedsføring

- Unge, alkohol og markedsføring
- Hvordan dokumenterer A&S ulovlig markedsføring af alkohol.
- 'En gratis omgang' – resultaterne fra A&S' undersøgelse

Perspektivering: Hvordan kan projekter som disse understøtte kommunernes forebyggende arbejde.

Danske unge drikker fuldskabsorienteret

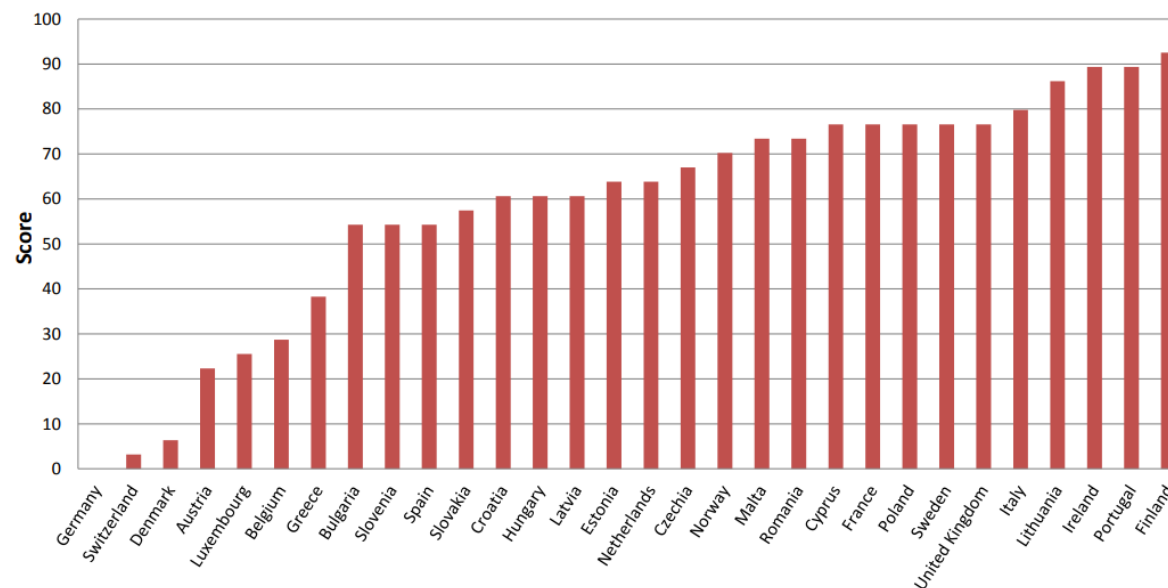
- Folkeskoleelever har faldende forbrug og senere debut.
- Hver femte gymnasieelev overskrider højriskogrænsen
- Danske 15-årige drikker dobbelt så meget som EU-gennemsnittet



Tilgængelighed og alkoholkultur

- Tilgængeligheden er høj i Danmark. Dvs. at det er nemt at få adgang til alkohol
- DK har en lav aldersgrænse
- Alkohol kan købes i kiosker og supermarkeder på alle tidspunkter af døgnet
- Sammenhæng mellem forbrug og tilgængelighed

Availability of alcohol (n=30)



Lovgivning

- Forbud mod salg af alkohol til unge under 16 år - Lovbekendtgørelse nr. 1020 af 21/10 2008

§ 2, stk. 1. Alkoholholdige drikkevarer med en alkoholvolumenprocent på 1,2 eller derover må ikke sælges til personer under 16 år fra butikker, hvor der foregår detailsalg.

Stk. 2. Alkoholholdige drikkevarer med en alkoholvolumenprocent på 16,5 og derover må ikke sælges til personer under 18 år fra butikker, hvor der foregår detailsalg.

§ 5. For overtrædelse af (...) §2 straffes butiksindehaveren (...) m.v. med bøde. Der skal ved udmålingen af bøde tages særligt hensyn til, om butiksindehaveren (...) m.v. har gjort sig skyldig i grov eller gentagen overtrædelse af (...) §2.

Stk. 2. Der kan pålægges selskaber m.v. (juridiske personer) strafansvar efter reglerne i straffelovens 5. kapitel.

Strukturelle udfordringer i et praksis

Vi skal nærmest stå ved siden af og se de unge købe alkohol. Vi kan ikke bare dele bøder ud, efter hvad vi hører. Vi skal kunne dokumenterer, at butikkerne overtræder loven.

- Martin Justesen, Nordsjællands Politi

Mystery shopping

Mystery shop research makes the result of enforcement very clear.

- Wim van Dalen, director of Dutch Institute for Alcohol Policy STAP

Mystery shopping

-som metodisk greb

- **Rekrutterer** gennem netværk: Forældreintra, Sund-by-netværk, private osv.
- **Deltagerne** er anonyme og instrueret i praktiske og etiske retningslinjer for projektet
- **Indkøb** og forsøg på køb af alkohol registreres af indkøbsansvarlig, der følger deltagerne i hver session
- **Intentionerne** med projektet er, at dokumenterer omfanget af det ulovlige alkoholsalg.

Kontroller fordelt på kommuner

	Antal kontrolbesøg		Antal indkøb		% -indkøb	
	I alt		<16,5% (øl, breezer, shots)	>16,5% (Spiritus)	2017	2018
	2017	2018				
Sjælland						
Gentofte Kommune	30		14	8	73%	
Gladsaxe Kommune	1			1	100%	
Tårnby Kommune	11		3		27%	
Københavns Kommune	18			18	100%	
Frederiksberg Kommune	29		23		79%	
Jylland						
Silkeborg Kommune	43		24	2	60%	
Fyn						
I alt	132		64	29	70%	

MS fordelt på detailhandel

	Antal kontrolbesøg		Antal Indkøb		%indkøb	
	I alt		<16,5% (øl, breezer, shots)	>16,5% (Spiritus)		
	2017	2018			2017	2018
Daglivarebutikker	87		43	15	67%	
<i>Brugsen</i>	10		4	2	60%	
<i>Netto</i>	19		9	5	74%	
<i>Min købmand</i>	4		3		75%	
<i>Meny</i>	8		4	1	63%	
<i>Irma</i>	6		2	2	67%	
<i>Let køb</i>	1		1		100%	
<i>Fakta</i>	13		6	3	69%	
<i>Rema 1000</i>	9		4	1	56%	
<i>SPAR købmand</i>	4		4		100%	
<i>Aldi</i>	4		2		50%	
<i>Lidl</i>	3		1	1	67%	
<i>Føtex</i>	3		1		33%	
<i>Kvickly</i>	3		2		67%	
Kiosker	35		18	11	83%	
<i>7-eleven</i>	14		4	6	71%	
<i>Enkeltmands virksomheder</i>	21		14	5	90%	
Tankstationer	10		3	3	60%	
<i>Circle K</i>	7		1	2	43%	
<i>Q8</i>	2		1	1	100%	
<i>Bonus</i>	1		1		100%	
I alt	132		64	29	70%	

Alkoholreklame spiller en rolle for unges druk

- Reklamer får unge til at starte med at drikke tidligere og får unge, der er startet med at drikke, til at drikke mere
- En af de vigtigste reklame-operatør er diskoteker
- Diskotekerne inviterer til 16+ arrangementer med alkohol og benytter sig af aggressiv markedsføring



TemaBar Viborg
Synes godt om denne side · 5. april · 🇪🇺

Vi deler ENERGI ud! Hvem på skolerne er klar til at modtage en frisk CULT torsdag 11.00 - 13.00 på skolerne?! 🤖🔥👊
✕ Skriv "skole" + "Tid" + "mødested" og det kan være vi kommer forbi jeres skole med frisk energi!
👉👉 #GodEnergiVinderAltid

👍 Synes godt om 🗨 Kommenter ➦ Del 🧑

👍 14 Kronologisk

Robert Schwartz Viborg Handelsgymnasium, 11:50-12:15, hovedindgangen! 🍷🔥👊
Synes godt om · Svar · 🇪🇺 3 · 5. april kl. 11:49
↳ 1 svar

Freja Vigen Viborg handelsgymnasium, 11:50 - 12:15
Hovedindgangen 🤖
Synes godt om · Svar · 🇪🇺 6 · 5. april kl. 11:49

Frederik Karup Viborg Handelsgymnasium, 11:50-12:15, hovedindgangen
Synes godt om · Svar · 🇪🇺 1 · 5. april kl. 11:49

Jakob Grundtvig Viborg Handelsgymnasium 1150 - 1215
Hovedindgangen
Synes godt om · Svar · 🇪🇺 2 · 5. april kl. 11:52 · Redigeret

Michael Nielsen Viborg Tekniske Gymnasium 11:30-12:00
Indgangen, trappen
Synes godt om · Svar · 5. april kl. 11:53 · Redigeret

Lena Zvezdova Viborg handelsgymnasium, 11:50 - 12:15
Hovedindgangen 🤖
Synes godt om · Svar · 5. april kl. 11:54

Jeppe Gaj Nielsen Viborg Handelsgymnasium, 11:50-12:15, hovedindgangen
Synes godt om · Svar · 🇪🇺 1 · 5. april kl. 11:57

Emilie Rahbek Christensen Viborg handelsgymnasium, 11:50-12:15,

Skriv en kommentar ... 🗨 📷 📺 🗨

Markedsføringsloven siger

- Det er ikke tilladt:
- at omtale, vise billeder eller hentyde til alkohol i markedsføring, der er rettet mod børn og unge under 18 år
- at opfordre til et stort og umådeholdent forbrug (druk)
- at bruge børn og unge til at reklamere for alkohol

The screenshot shows a Facebook post from the page 'Diskotek MONA'. The main image is a photograph of four children (three girls and one boy) posing in front of a red promotional backdrop. The backdrop features logos for 'TUBORG', 'Captain Morgan', 'MONA Lisa', 'CUBA', 'CLUB', 'GREY GOOSE', 'MOKAI', and 'Jägermeister'. One boy is lying on the floor in the foreground, holding a drink. The Facebook post interface shows the post was made on May 25, 20:31, and has received 'Synes godt om' (likes) and 'Kommentarer' (comments). Below the post, there is a section for 'Foreslåede grupper' (Suggested groups) featuring a group named 'Næstehjælperne - Netværk for protest og praktisk h...' with 9 members and 18,235 members. The Windows taskbar is visible at the bottom of the screen.

Diskoteker overtræder markedsføringsloven



- Halvdelen af de undersøgte diskoteker markedsfører alkohol til mindreårige
- To tredjedele opfordrer mindreårige til druk
- Halvdelen markedsfører spiritus til mindreårige
- Det er en sag for Forbrugerombudsmanden

Mindreårige - hvad kigger vi efter?

- Der står 16+ i annoncen
- Der kræves fremvisning af studiekort
- Sidste skoledags arrangement
- Skoleferie arrangement
- Afterparty til en fest på en ungdomsuddannelse
- Der indgår skolesymboler i annonceringen



Druk – hvad kigger vi efter?

- Der indgår drikkespil i arrangementet, fx beer pong
- Der tilbydes fri bar
- Der opfordres til at drikke meget i ord
- Der opfordres til at drikke meget i billeder
- Det indgår i arrangementet at brække sig



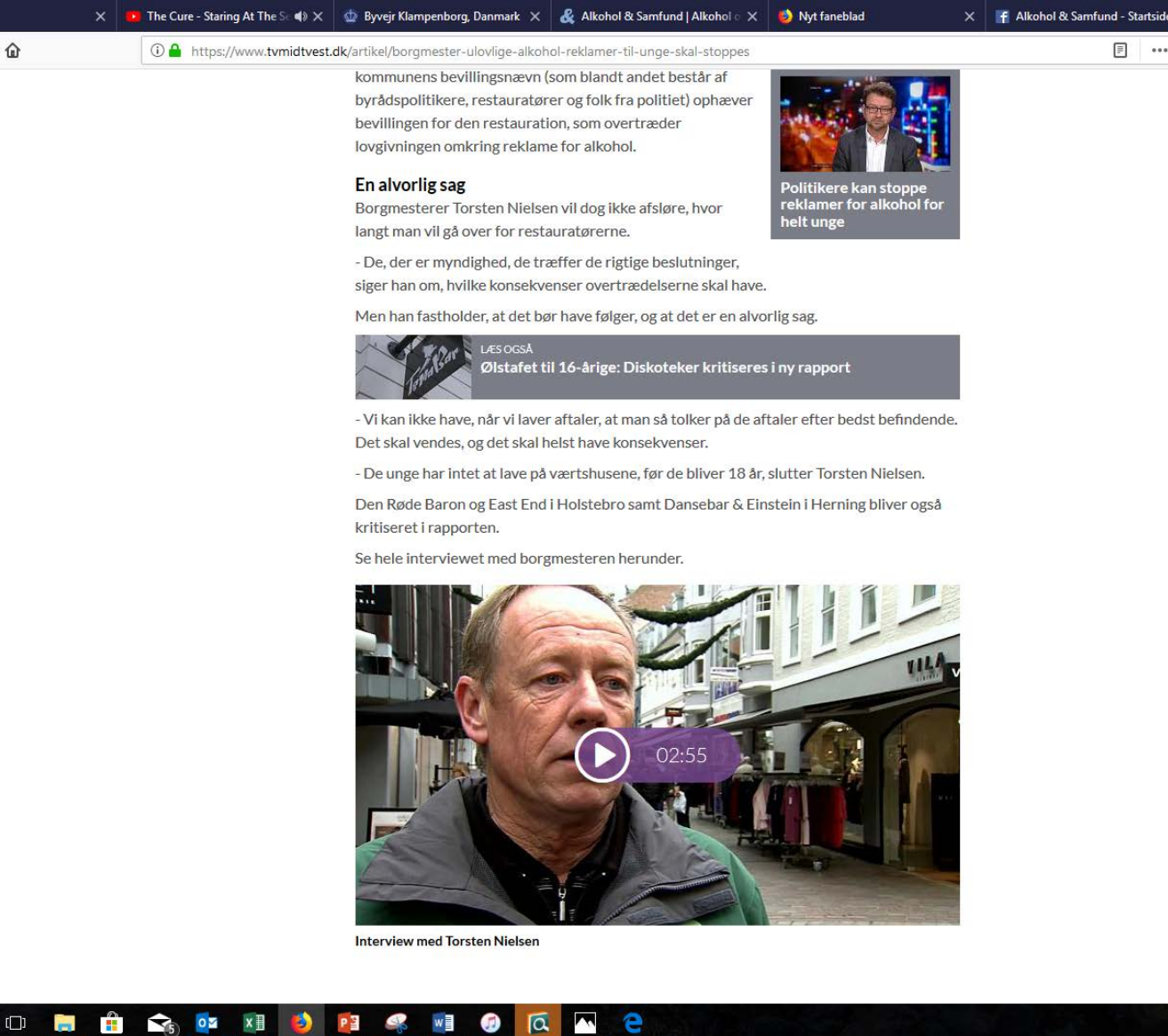
Ølstafet regel: "Man må gerne brække sig"

- Ølløb i Viborg "overtaget" af et lokalt diskotek
- Man er 3-4 personer på et hold
- En kasse med 30 øl skal drikkes i løbet af turen
- Aldersgrænsen er 16 år
- Ølbong er ikke tilladt, men man må gerne brække sig



Diskoteker løber fra aftaler med kommunen

- Det er forbudt at udskænke alkohol til personer under 18 år på diskoteker
- Så når diskoteker annoncerer en fest for mindreårige med alkohol, så er det en hensigtserklæring om at ville udskænke alkohol
- Det er ikke i overensstemmelse med nogen restaurationsplan



The screenshot shows a web browser window with several tabs open. The active tab is titled "Alkohol & Samfund | Alkohol" and the address bar shows the URL "https://www.tvmidtvest.dk/artikel/borgmester-ulovlige-alkohol-reklamer-til-unge-skal-stoppes". The article text discusses the cancellation of a license for a restaurant that violated advertising laws. A video player is embedded in the article, showing an interview with Mayor Torsten Nielsen. The video player has a play button and a duration of 02:55. Below the video is the caption "Interview med Torsten Nielsen".

kommunens bevillingsnævn (som blandt andet består af byrådspolitikere, restauratører og folk fra politiet) ophæver bevillingen for den restaurant, som overtræder lovgivningen omkring reklame for alkohol.

En alvorlig sag
Borgmesterer Torsten Nielsen vil dog ikke afsløre, hvor langt man vil gå over for restauratørerne.

- De, der er myndighed, de træffer de rigtige beslutninger, siger han om, hvilke konsekvenser overtrædelserne skal have.

Men han fastholder, at det bør have følger, og at det er en alvorlig sag.

LÆS OGSÅ
Ølstafet til 16-årige: Diskoteker kritiseres i ny rapport

- Vi kan ikke have, når vi laver aftaler, at man så tolker på de aftaler efter bedst befindende. Det skal vendes, og det skal helst have konsekvenser.

- De unge har intet at lave på værtshusene, før de bliver 18 år, slutter Torsten Nielsen.

Den Røde Baron og East End i Holstebro samt Dansebar & Einstein i Herning bliver også kritiseret i rapporten.

Se hele interviewet med borgmesteren herunder.

Interview med Torsten Nielsen



**FRI ENTRÉ
DRIKKELSE
BORDSERVICE**

HELE NATTEN

Diskotekerne sælger en drukkultur til de unge

Perspektivering

- Hvordan kan projekter som disse understøtte kommunernes forebyggende arbejde?

Det var fantastisk at få støtte til det ellers lidt svære strukturelle og lovgivningsmæssige forebyggende arbejde. Jeg vil bruge resultaterne for at vise politikerne og de unge, at det her skal tages alvorligt.

**- Anita Hjort Rasmussen,
Alkoholforebyggende medarbejder i Silkeborg Kommune**

Hjælp til forebyggende arbejde

- Alkohol & Samfund har indklaget 17 diskoteker i 2017 og fortsætter i 2018
- Vi har kontrolleret 132 butikker i 2017 og fortsætter i 2018
- Vi har oprette en klagemulighed på vores hjemmeside
- Vi tilbyder kommuner at undersøge de lokale diskoteker og butikker

The screenshot shows a web browser window with two tabs: 'Byvej Klampenborg, Danmark' and 'Indberetning af alkoholmarkedsføring'. The address bar shows 'Indberetning-alkoholmarkedsføring' and a search bar with 'alkohol og samfund'. The website header features the 'ALKOHOL & SAMFUND' logo and navigation buttons for 'Aktiviteter', 'Følg og Støt', 'Presse', 'Om os', and 'Nyheder' with a Danish flag icon. A 'Hjem' button is also visible.

Indberetning af alkoholmarkedsføring

Ønsker du at læse om hvornår du kan klage til alkoholreklamenævnet eller eksempler på hvad du kan klage over, kan du læse mere her:

[Hvornår kan du klage til alkoholreklamenævnet?](#)

[Er det okay at diskotekerne sponsorerer studenterfester og -kørsel?](#)

Hjælp til at klage over alkoholreklamer

Det er gratis at klage over alkoholreklamer og klagers navn og kontaktoplysninger bliver ikke offentliggjort.

Alkohol & Samfund hjælper dig med at rejse en sag i Alkoholreklamenævnet, hvis vi vurderer at din sag har en chance. Hvis du får medhold i din klage skal markedsføringen stoppe med det samme.

Vil du vide mere kan du kontakte Ina Johansen, projektmedarbejder på 41 29 17 69.

Du får svar inden for 1 uge.

Udfyld alle felter i formularen. Oplysningerne skal vi bruge til at formulere klagen.

Navn *

Alder *

E-mail *

Telefon *

Postnr. *

I kan altid kontakte os på:

Ina Johansen, 41 29 17 69 eller på e-mail: Ina@alkohologsamfund.dk

Magnus Kielberg: 72 22 56 84 eller på e-mail: mki@alkohologsamfund.dk