

# Markedsføring af alkohol og tobak på Internettet

Jan Trzaskowski

*Markedsføring af alkohol og tobak på Internettet er ikke på samme måde, som fx ved TV reklamer reguleret i en særlig lovgivning. I dette notat redegøres for de regler, der regulerer markedsføring af alkohol og tobak på Internettet.*

## **Alkohol**

Markedsføring af alkohol er reguleret i Erhvervsministeriets "regler om markedsføring af alkoholholdige drikkevarer", der den 1. marts 2000 afløste Forbrugerombudsmandens vejledning om markedsføring af alkoholholdige drikkevarer. Reglerne er en form for retningslinier, der er vedtaget af relevante forbruger- og erhvervsorganisationer. Der er dog ikke tale om retningslinier efter markedsføringsloven, idet Forbrugerombudsmanden ikke deltog i arbejdet.

Regelsættet finder anvendelse på markedsføring af alle alkoholholdige drikkevarer med mindst 2,8 volumenprocent alkohol. Regelsættet forbyder dog al markedsføring af alkoholholdige drikkevarer (uanset alkoholprocent) over for børn og unge samt i forbindelse med sport og idræt. Regelsættet gælder, uanset hvilke medier de erhvervsdrivende anvender i markedsføringen af alkoholholdige drikkevarer, og reglerne gælder således også for aktiviteter på Internettet.

Med respekt for ovenstående begrænsning, er det således lovligt at markedsføre alkoholholdige drikkevarer forudsat at retningslinierne overholdes. Ved markedsføring af alkoholholdige drikkevarer skal man udvise særlig agtpågivenhed med hensyn til valg af såvel reklamemiddel som reklamens indhold og udformning. Markedsføringen bør således ikke fremtræde eller virke påtrængende, provokerende eller på anden måde særligt overtalende. Markedsføringen må heller ikke give indtryk af, at et vist forbrug kan være sundt, kan give succes eller kan forbedre forbrugerens mentale eller fysiske formåen.

Markedsføringen af alkoholholdige drikkevarer skal i øvrigt udføres med passende omtanke for det sociale ansvar og være baseret på principperne rimelighed og ærlighed. Markedsføringen må ikke forbinde indtagelse af alkoholholdige drikkevarer med en risikofyldt adfærd som fx bilkørsel, betjening af potentielt farlige maskiner eller udførelse af andre potentielt farlige aktiviteter.

## **Tobaksvarer**

Spørgsmålet om markedsføring af tobaksvarer er reguleret i en aftale fra 1991

mellem tobaksindustrien og Sundhedsministeriet. I denne aftale har tobaksindustrien forpligtet sig til at overholde et sæt spilleregler for markedsføring af importerede og dansk producerede tobaksvarer. Af retningslinierne fremgår det, at forbrugerorienteret markedsføring af en tobaksvarer ved annoncering kun må finde sted i

1) Dagblade, herunder søndags- eller weekendudgaver og tillæg samt distriktsblade, dog ikke i den del (avissider), som særligt indeholder stof vedrørende sporten eller ungdommen.

2) Periodiske tidsskrifter og blade med følgende undtagelser:

- adresseløse forsendelser,
- publikationer, der væsentligst indeholder underholdningsstof eller andet stof af særlig interesse for ungdommen, herunder sports- og idrætstidsskrifter samt
- publikationer, som særligt henvender sig til børn og unge.

Der er ikke taget stilling til markedsføring på Internettet, og da der er tale om en positiv oplystning af de medier, der må anvendes til annoncering over for forbrugere, er konklusionen, at der ikke må bringes tobaksannoncer på Internettet fx i form af bannerannoncer. Dette udelukker dog ikke at en tobaksproducent på sin egen hjemmeside kan orientere om virksomheden og dens produkter, idet det ikke kan antages at være "annoncering", men dog falder ind under den gængse opfattelse af "markedsføring".

Den 13. december 2000 fremsatte Sundhedsministeren et forslag til Lov om forbud mod tobaksreklame m.v. Det forventes, at loven træder i kraft den 1. juli 2001. Af lovforslaget fremgår det at alle former for reklame for tobaksvarer er forbudt. Det er uden betydning, om tilkendegivelsen er mundtlig, skriftlig, formidlet via presse, film (herunder produktplacement), Internet m.v. Oplysningen over medier er ikke udtømmende, idet det afgørende er, om hensigten er at fremme afsætningen af tobaksvarer.

I lovforslaget findes en række undtagelser for visse markedsføringsforanstaltninger. Der findes dog ikke undtagelser for markedsføring på Internettet, og det er således forbudt at markedsføre tobaksvarer på Internettet, hvis lovforslaget bliver vedtaget i sin nuværende udformning. Det bemærkes, at markedsføring er et bredt koncept, der vedrører enhver handling i erhvervsøjemed. Det må derfor anses for yderst tvivlsomt om tobaksproducenter lovligt kan orientere om produkter på egen hjemmeside. Det er Forbrugerombudsmanden, der skal håndhæve reglerne.

Det var oprindelig tanken, at lovforslaget skulle implementere EU direktivet om reklame for tobaksvarer og sponsorering til fordel for disse. EU Direktivet er dog imidlertid efter vedtagelsen kendt ugyldigt af EF-domstolen ved dom af 5. oktober 2000 (C-376/98).

### **Afsenderlandsprincippet**

Med direktivet om elektronisk handel, der skal være implementeret senest den 17. januar 2002, indføres et afsenderlandsprincip, der betyder, at aktiviteter på Internettet som udgangspunkt kun skal være i overensstemmelse med lovgivningen i det land, hvor virksomheden er etableret. Der findes dog en undtagelse til afsenderlandsprincippet, der giver myndighederne mulighed for at gribe ind over for markedsføringsmateriale fra et andet EU land, hvis indgrebet

skal sikre beskyttelse af folkesundheden, og indgrebet i øvrigt er proportionalt. Hvis man ønsker at markedsføre alkohol og tobak i andre lande, bør man derfor undersøge lovgivningen i de enkelte lande.

### **Medvirkenansvar**

Hvis man på sin hjemmeside har bannerannoncer eller links til andres ulovlig markedsføringsmateriale, vil man kunne ifalde ansvar for medvirken, selvom annoncøren fx er etableret i et andet land. Hvis en virksomheds aktiviteter er rettet mod det danske marked, bør man være varsom med at henvise til eller have markedsføringsmateriale (fx bannerannoncer) for alkohol, som er i strid med de danske regler, og man bør ikke have annoncer for tobaksprodukter.