

Reclame alcohol te leuk

10-09-2007 00:00

Alcoholreclames zijn te aantrekkelijk voor jongeren. Dat concludeert de Stichting Alcoholpreventie (STAP) in het rapport over de trends van alcoholreclame- en marketing in 2006.

Het afgelopen jaar werden alcoholreclames veel gecombineerd met humor en lifestyle. Van de campagnes maakte 36 procent gebruik van humor om het product aantrekkelijker te maken. Onderzoek toont aan dat humor vooral wordt gewaardeerd door jongeren, stelt STAP.

Voorts stelt de stichting dat de alcoholindustrie zich steeds meer als een entertainmentindustrie profileert. In de Reclamecode voor Alcoholhoudende Drank zijn geen beperkingen over humor. De code is in het leven geroepen om jongeren te beschermen tegen de impact van alcoholreclame.