

PERSBERICHT

Utrecht, 19 juli 2010

Alcoholreclame in de bioscoop bereikt veel kinderen

Wat op radio en tv niet meer kan mag nog wel in bioscoop

Minderjarige bioscoopbezoekers worden volop geconfronteerd met indringende alcoholreclame. Dat blijkt uit een vandaag gepubliceerd onderzoek van het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid (STAP), uitgevoerd in 2009. Bij films voor bezoekers van 6 jaar en ouder werd bij ruim 52% van de voorstellingen alcoholreclame uitgezonden. Bij 1 op de 3 voorstellingen (33,3%) waarbij alcoholreclame werd uitgezonden was meer dan 25% van de aanwezigen naar schatting minderjarig. De adverteerders handelen hiermee in strijd met hun eigen regels die zijn vastgelegd in de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken. STAP pleit ervoor dat voor alcoholreclame in de bioscoop dezelfde wettelijke regels gaan gelden als voor alcoholreclame via radio en tv. Sinds 1 januari 2009 is alcoholreclame vóór 21.00 uur op radio en tv niet meer toegestaan.

Onderzoek: Alcoholadverteerders negeren kijkwijzerlabel voor bioscoopfilms

In 2009 hebben onderzoekers van STAP gedurende een maand 118 filmvoorstellingen in grote bioscopen in Amsterdam en Rotterdam geobserveerd. Bij 94 van deze voorstellingen werd alcoholreclame vertoond. Gekoppeld aan het kijkwijzerlabel (aanbevolen leeftijd) blijkt dat bij films bedoeld voor 6 jaar en ouder in 52,3% van de keren alcoholreclame werd uitgezonden (23 op 44 observaties). Bij films voor bezoekers van 12 jaar en ouder stijgt dit percentage naar 95,5% (64 op 67 observaties). Bij 23 films die vóór 15.00 werden uitgezonden was 18 keer alcoholreclame te zien. Het lijkt erop dat aanwezigheid van alcoholreclame in de bioscoop eerder gekoppeld is aan de soort film dan aan het tijdstip van uitzenden.

Adverteerders handelen in strijd met eigen regels

De Reclamecode voor Alcoholhoudende drank (opgesteld door de alcoholproducenten) bepaalt in artikel 21 dat alcoholreclame geen publiek mag bereiken dat voor meer dan 25% uit minderjarigen bestaat. Uit de observaties blijkt dat naar schatting bij de 118 bezochte voorstellingen 1 op de 4 bezoekers (24,2%) minderjarig was. Bij 31 van de 93 voorstellingen (33,3%) waarbij alcoholreclame werd uitgezonden was meer dan 25% van de aanwezigen naar schatting minderjarig.

Bioscoopreclame in 2009: 10% van de bestedingen betreft alcoholreclame.

In 2009 besteedden de alcoholadverteerders bijna € 2,5 miljoen aan alcoholreclame in de bioscoop. Dat is ruim 20% van alle reclamebestedingen (ruim € 12,3 miljoen) in de bioscoop in 2009. Bacardi was de grootste adverteerder met € 1.200.190 voor de cocktail Bacardi Mojito en voor Bacardi rum. Op de tweede plek kwam Grolsch met een investering van € 848.100 aan Grolsch bier en promotie. Op basis van het observatieonderzoek van STAP wordt geschat dat in totaal bijna 77% van de aanwezige minderjarigen de reclame voor de cocktail van Bacardi Mojito heeft gezien.

STAP ontving een email gericht aan de bioscoopexploitant van Pathé de Munt in Amsterdam van een bezorgde vader die op 30 december 2009 een bezoek bracht aan de film Avatar (aanvang 17.45)
"Voorafgaand aan de voorstelling van "Avatar", geweldige film trouwens, werden wij, 2 volwassenen en 2 meisjes van 10, geconfronteerd met maar liefst 4 alcoholreclames, nl. Jägermeister, Bacardi, Jameson en nog een of ander bier. Ik vind dat schokkend bij een film voor 12 jaar en ouder. Ik drink zelf ook wel eens een biertje of een glas wijn, maar ik keur het af dat commerciële partijen mijn kinderen aan de drank proberen te krijgen. Ik had van u verwacht dat u dit soort reclame beperkt tot voorstellingen voor 16 jaar en ouder. Ik heb hiervan melding gemaakt bij STAP. Voor de goede orde, wij hebben overigens een heel leuke avond gehad."

Invloed alcoholreclame in bioscoop op drinkgedrag

Wetenschappelijk onderzoek heeft uitgewezen dat alcoholreclame van invloed is op de startleeftijd en het drinkgedrag van jongeren. Hoe meer alcoholreclame jongeren zien, hoe vroeger ze beginnen met drinken en hoe meer ze drinken (voor een review zie Anderson et al., 2009; Science Group European Alcohol & Health Forum, 2009). Onderzoek in opdracht van de *Cinema Advertising Association* (2007) laat zien dat bioscoopreclame, bij één enkele blootstelling, ongeveer acht keer meer impact heeft dan reclame via televisie. Recent onderzoek van de Radboud Universiteit Nijmegen heeft uitgewezen dat het zien van alcoholreclame in de bioscoop direct leidt tot een verhoogde alcoholconsumptie (Koordeman et al., 2009).

Aanpassing regelgeving gewenst

STAP pleit ervoor dat op basis van de bevindingen van dit onderzoek de reclameregels voor de bioscoop worden aangepast. Overwogen kan worden alcoholreclame in de bioscoop geheel of gedeeltelijk te verbieden. Dat is nu reeds het geval in Frankrijk (totaal verbod), Duitsland (geen reclame voor 18.00 uur), Estland (totaalverbod), Polen (geen reclame voor 20.00 uur), Noorwegen (totaalverbod) en Finland (geen reclame bij films voor onder 18 jaar). Sinds 1 januari 2009 bepaalt de Mediawet dat alcoholreclame op radio en tv in Nederland niet is toegestaan tussen 6 en 21.00 uur.

Bronnen

*Alcoholreclame in de bioscoop. Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid; maart 2010.

*Anderson, P., Hastings, G., Angus, K., de Bruijn, A. (2009). Impact of alcohol advertising and media exposure on adolescent alcohol use: a systematic review of longitudinal studies. *Alcohol and Alcoholism*, published online, January 14, 1-15.

*Tweede Kamer der Staten-Generaal. Kamerstuk 26 565, Nr. 40. Motie leden Leijten en Voordewind over onderzoek naar de mogelijkheden om alcoholpromoties gericht op jongeren, zoals in bioscopen, te beperken en zo mogelijk te verbieden. Vergaderjaar 2007-2008.

*Koordeman, R, Anschutz, D.J., & Engels, R.C.M.E. (2009a). Exposure to alcohol commercials in movie theatres affects actual alcohol consumption in young adult high weekly drinkers: an experimental study. Manuscript aangeboden voor publicatie bij *Alcohol & Alcoholism*.

Voor meer informatie:

Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid –STAP-

Dhr. ir. W.E. van Dalen, directeur

Mw. dr. E. van den Wildenberg, coördinator Monitoring Alcoholmarketing

T 030-6565041 / 06-53295544

E info@stap.nl

I www.stap.nl