

Forretningsorden for Alkoholreklamenævnet

Alkoholreklamenævnet

§ 1. Alkoholreklamenævnet ledes af en uafhængig formand.

Stk. 2. Forbrugerrådet Tænk, Bryggeriforeningen, Vin og Spiritus Organisationen i Danmark, Dansk Erhverv, De Samvirkende Købmænd, Kreativitet og Kommunikation, HORESTA og Dansk Annoncørforening er permanente medlemmer af Alkoholreklamenævnet.

Stk. 3. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen deltager som observatør ved Alkoholreklamenævnets møder. Alkoholreklamenævnet kan lade interessenter, organisationer og øvrige deltage som observatør ved møderne i Alkoholreklamenævnet, hvis alle permanente medlemmer er enige herom.

Stk. 4. Alkoholreklamenævnets formand udpeges af Alkoholreklamenævnet for en 4-årig periode med mulighed for forlængelse.

Stk. 5. Organisationer kan efter ansøgning optages i Alkoholreklamenævnet, hvis alle permanente medlemmer er enige herom.

§ 2. Ved Alkoholreklamenævnets behandling af en sag kan alle medlemmer medvirke i sagsbehandlingen.

§ 3. Alkoholreklamenævnet træffer afgørelse i sager om alkoholmarkedsføring i henhold til Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol.

§ 4. Alkoholreklamenævnets formand tilrettelægger Alkoholreklamenævnets arbejde og fastlægger mødedagene. Formanden leder møderne.

§ 5. Alkoholreklamenævnet bistås af et sekretariat. Bryggeriforeningen varetager sekretariatsfunktionen for Alkoholreklamenævnet.

Klager og sagsbehandling

§ 6. Der er fri klageadgang til Alkoholreklamenævnet, og klager kan komme fra privatpersoner, virksomheder, organisationer m.v. Klager indgives skriftlig til sekretariatet. Endvidere har Alkoholreklamenævnet mulighed for at tage klager op af egen drift.

§ 7. Formanden kan afvise klager, som ikke hører under Alkoholreklamenævnets kompetence, eller som er åbenbart grundløse.

§ 8. Sagsbehandlingen foregår på skriftligt grundlag. Sekretariatet videresender en indgiven klage til den indklagede erhvervsdrivende til udtalelse. Sekretariatet drager i øvrigt omsorg for sagens oplysning og indhenter af egen drift det fornødne retlige og faktiske grundlag for afgørelsen. Sekretariatet vejleder i fornødent omfang klager og indklagede.

Stk. 2. Sekretariatet fastsætter en frist på ca. 14 dage for den indklagede erhvervsdrivende til at afgive udtalelse og eventuelt andre oplysninger, som sekretariatet finder påkrævede i behandlingen af den konkrete sag. Fristen regnes fra datoen for sekretariatets anmodning til den erhvervsdrivende om en udtalelse. Hvis sekretariatet ikke har modtaget en udtalelse fra den erhvervsdrivende inden fristens udløb, kan formanden beslutte, at Alkoholreklamenævnet træffer afgørelse i sagen på det i øvrigt foreliggende grundlag.

§ 9. Møder indkaldes normalt med minimum 7 dages varsel, medmindre særlige omstændigheder gør, at Alkoholreklamenævnet skal træde hurtigt sammen. Alkoholreklamenævnet afholder 5-8 møder årligt, og i øvrigt når sagernes ekspedition nødvendiggør dette.

§ 10. Alkoholreklamenævnet er beslutningsdygtigt, når formanden, én repræsentant fra Forbrugerrådet Tænk og én erhvervsrepræsentant fra den berørte branche er til stede.

§ 11. Alkoholreklamenævnet træffer afgørelse ved stemmeflertal, hvor alle medlemmer udgør én stemme, mens Forbrugerrådet Tænk har én stemme for hvert af de øvrige medlemmer. Ved stemmelighed er formandens stemme udslagsgivende.

Stk. 2. Hvis medlemmerne ikke er enige i afgørelsen, skal dissensen anføres i afgørelsen. Navnene på dissenterende medlemmer anføres i afgørelsen.

Stk. 3. Såfremt formanden eller et medlem erklærer sig inhabil i en sag, erstattes denne af en midlertidig stedfortræder.

§ 12. Alkoholreklamenævnet skal løbende følge med i markedsføringsretlige tendenser og være parat til at gribe ind, om nødvendigt.

§ 13. Alkoholreklamenævnet har følgende sanktionsmuligheder:

Kritik

Vurderer Alkoholreklamenævnet, at det indklagede markedsføringstiltag er i strid med retningslinjerne, udtaler Alkoholreklamenævnet kritik heraf. Alkoholreklamenævnet forventer, at kritik bliver fulgt op af umiddelbar handling, enten gennem direkte stop for markedsføringen eller gennem ændring af markedsføringstiltaget. Kritikken kan blive offentliggjort gennem en pressemeddelelse.

Efterretning

Vurderer Alkoholreklamenævnet, at et markedsføringstiltag er i strid med retningslinjerne, og redegør indklagede allerede i deres bemærkninger til klagen, at de på baggrund af klagen har stoppet eller ændret markedsføringstiltaget i en sådan grad, at Alkoholreklamenævnet ikke længere vurderer, at markedsføringen er i strid med retningslinjerne, udtaler Alkoholreklamenævnet kritik, men tager sagen til efterretning.

Ingen kritik

Vurderer Alkoholreklamenævnet, at det indklagede markedsføringstiltag ikke er i strid med retningslinjerne, kommer Alkoholreklamenævnet med en begrundet udtalelse herfor. Dette sikrer, at klager forstår, hvilke overvejelser Alkoholreklamenævnet har gjort forud for afgørelsen.

Alle afgørelser, som Alkoholreklamenævnet afsiger, offentliggøres på Alkoholreklamenævnet.dk.

§ 14. Forud for nævnsmøderne udfærdiger sekretariatet et udkast til afgørelse. Alkoholreklamenævnets medlemmer modtager udkast til afgørelse mindst 3 hele hverdage forud for nævnsmøderne.

Stk. 2. På nævnsmøderne drøftes udkast til afgørelse. Sekretariatet indhenter medlemmernes bemærkninger og på baggrund heraf udfærdiges, afhængig af bemærkningerne, et revideret udkast til afgørelse. Afgørelsen fremsendes til godkendelse hos medlemmerne. Godkender alle medlemmer, orienteres klager og indklagede, hvorefter afgørelsen offentliggøres på Alkoholreklamenævnets hjemmeside. Udløber tidsfristen uden kommentarer fra medlemmerne, beslutter formanden, om afgørelsen skal offentliggøres, eller om der er behov for genbehandling på et nævnsmøde.

§ 15. Alkoholreklamenævnet afgiver årligt en beretning om sin virksomhed til Forbrugerombudsmanden. Alkoholreklamenævnet offentliggør endvidere sin beretning på Alkoholreklamenævnets hjemmeside.

Samarbejde med Forbrugerombudsmanden

§ 16. Alkoholreklamenævnet samarbejder med Forbrugerombudsmanden for at undgå dobbelt, uhensigtsmæssig eller ukoordineret sagsbehandling, jf. samarbejdsaftalen mellem Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet.

Dette sker ved, at Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet gensidigt orienterer hinanden om:

- Modtagelse af en klage
- Sager, der tages op af egen drift
- Når der er truffet en beslutning om, hvorvidt en klage vil blive behandlet
- En behandlet sags udfald

Derudover indebærer samarbejdet, at:

- Forbrugerombudsmanden oplyser klager om muligheden for at forelægge klagen hos Alkoholreklamenævnet, når Forbrugerombudsmanden ikke tager sagen op
- Forbrugerombudsmanden i prioritering af sager vil lade indgå i sine overvejelser, hvorvidt Alkoholreklamenævnet har kompetence til at behandle sagen, og om Alkoholreklamenævnets sagsbehandling må forventes at føre til et passende skridt over for den pågældende markedsføring
- Alkoholreklamenævnet vil sende sagen videre til Forbrugerombudsmanden til eventuel videre behandling efter markedsføringslovens regler i sager, hvor en erhvervsdrivende, hvis markedsføring i Alkoholreklamenævnet er blevet erklæret i strid med retningslin-

jernes § 6 vedrørende børn og unge, ikke vil rette sig efter kritikken og ikke vil indstille den pågældende markedsføringsaktivitet.



Udgifter til Alkoholreklamenævnets virksomhed

§ 17. Udgifter til Alkoholreklamenævnets virksomhed afholdes og fordeles ligeligt mellem Bryggeriforeningen og Vin & Spiritus Organisationen i Danmark. Udgifterne omfatter vederlag til Alkoholreklamenævnets formand, tryksager, hjemmeside mv. Bryggeriforeningen afholder alle udgifter til Alkoholreklamenævnets sekretariat, hvorfor Vin & Spiritus Organisationen i Danmark ikke pålægges denne del af udgifterne til Alkoholreklamenævnets virksomhed.

Ændring af forretningsorden

§ 18. Ændringer til forretningsorden skal vedtages med minimum 2/3 stemmeflertal blandt de permanente medlemmer.

Vedtagelse af forretningsorden

§ 19. Forretningsordenen underskrives af Alkoholreklamenævnets formand og alle medlemmer af Alkoholreklamenævnet.

Formand

Marlene Winther Plas

Dansk Erhverv

Martin Jørgensen

Forbrugerrådet TÆNK

Maria Liljeqvist

V.S.O.D

Nikolai Klausen

Dansk Annoncørforening

Holger Wilcks

Bryggeriforeningen

Niels Hald

De Samvirkende Købmænd

Claus Bøgelund Kegel Nielsen

HORESTA

Kaare Friis Petersen

Kreativitet & Kommunikation

Maria Vegger Bjerrehuus