

Aan: Stichting Reclame Code
t.a.v. Mw. Mr. P.E.C. Ancion-Kors
Postbus 75684
1070 AR Amsterdam

Kenmerk: k09021ew
Utrecht, 22 juli 2009

Betreft: Heineken Cassettestick

Geachte mevrouw Ancion-Kors,

In de maand juli introduceerde Heineken een tv commercial over de Heineken Cassettestick.

In de commercial zien we hoe een aantal jongens staan te dansen op het nummer "U can't touch this" van McHammer (zie bijlage 1 voor screenshots van de commercial). Opeens houdt de muziek op. Een van de jongens loopt naar de muzikspeler en draait een cassettebandje om, zodat de muziek weer verder gaat.

Dan klinkt de tekst:

"Wie kent em nog: het cassettebandje? En hij is terug, maar nu als USB stick. In speciale verpakking, met 6 blikjes Heineken!"

Tot slot komen er 5 kleurige Heineken Cassettesticks in beeld.

Volgens STAP is de Heineken Cassettestick als gadget specifiek gericht op minderjarigen en hierdoor in strijd met artikel 10. De hit van McHammer stamt uit 1990 en de commercial gaat duidelijk terug in de tijd. De minderjarigen van nu hebben zeer waarschijnlijk niet of nauwelijks gebruik gemaakt van cassettebandjes om muziek op af te spelen.

Desondanks zijn de minderjarigen van nu wél de generatie die is opgegroeid met de USB-stick. De Heineken Cassettestick is volgens STAP specifiek gericht op minderjarigen omdat juist deze groep zich aangetrokken zal voelen tot de kleurige USB-stick. Hij is in 5 verschillende uitvoeringen verkrijgbaar, die allemaal even kleurrijk zijn (geel, blauw, paars, oranje en zwart). De stick heeft een grootte van 2 GB en wordt aangeboden "inclusief 3 gratis downloads" (zie bijlage 2 voor foto's van het Cassettestick 6-pack). Jongeren zijn veel bezig met het gratis downloaden van muziek, bv. via internet. Drie gratis downloads bij aanschaf van een kleurrijke memorystick zal direct hun aandacht trekken.

Deze combinatie van factoren zorgt ervoor dat de stick uitermate aantrekkelijk is voor minderjarigen en minder voor meerderjarigen die de voorkeur zullen geven aan een meer neutrale vormgeving.

De Cassetestick is gemakkelijk verkrijgbaar via de supermarkt. Bij aankoop van een 6-pack Heineken bier voor slechts € 9.99 ben je al in het bezit van de stick. Het is goed voor te stellen dat jongeren de stick zelf aanschaffen of dat ze deze cadeau krijgen van ouders of oudere vriendjes/familieleden omdat deze voor henzelf een te kinderlijke uitstraling heeft.

Onderzoek wijst uit dat het bezit van een promotioneel item van een alcoholproducent bijdraagt aan een vervroegde startleeftijd waarop begonnen wordt met het drinken van alcohol (Henriksen et al., 2008; McClure et al., 2009). Ook intentie om te drinken en daadwerkelijke alcoholconsumptie worden door bezit van promotionele items voorspeld (Collins et al., 2007). Om deze reden is het van belang dat alcoholproducenten geen gadgets produceren die zich richten op jongeren of die door hen aantrekkelijk worden gevonden.

Volgens STAP is de Heineken Cassetestick een duidelijk voorbeeld van een gadget die zich specifiek richt op minderjarigen.

Om deze redenen is de uiting volgens STAP in strijd met artikel 10 RvA:

Artikel 10 RvA:

“Reclame voor alcoholhoudende drank mag zich niet specifiek richten tot minderjarigen”.

STAP verzoekt de Reclame Code Commissie hier uitspraak over te doen.

Hoogachtend,



Ir. W.E. van Dalen
Directeur STAP

Bronnen:

- Collins, R.L., Ellickson, P.L., McCaffrey, D., & Hambarsoomians, K. (2007). Early adolescent exposure to alcohol advertising and its relationship to underage drinking. *Journal of Adolescent Health, 40*, 527-534.
- Henriksen, L., Feighery, E.C., Schleicher, N.C., & Fortmann, S.P. (2008). Receptivity to alcohol marketing predicts initiation of alcohol use. *Journal of Adolescent Health, 42*, 28-35.
- McClure, A.C., Stoolmiller, M., Tanski, S.E., Worth, K.A., & Sargent, J.D. (2009). Alcohol Branded Merchandise and its Association with Drinking Attitudes and Outcomes among U.S. Adolescents. In druk bij *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*.

Bijlagen:

1. Stills van de Heineken Cassetestick commercial
2. Foto's van het Heineken Cassetestick 6-pack uit de supermarkt

Bijlage 1: Stills uit de Heineken Casseteststick commercial









DE HEINEKEN
cassettestick

2 GB

Alcohol onder de 16, raak niet in de problemen

Heineken
serving the planet

Bijlage 2: Foto's van het Heineken Cassettestick 6-pack uit de supermarkt

