

Stichting Reclame Code  
Reclame Code Commissie  
Postbus 75684  
1070 AR Amsterdam

Kenmerk: k10.013ew  
Utrecht, 6 juli 2010

Betreft: Heineken en WK Voetbal

Geachte Code Commissie,

In verband met de WK wedstrijd Nederland-Brazilië, van vrijdag 2 juli jl., plaatste Heineken die dag een paginagrote advertentie in de Metro (zie bijlage). Op de uiting staat een glas Heineken bier afgebeeld met daaronder de tekst:

“WE ZULLEN VANMIDDAG TOT DE BODEM MOETEN GAAN MANNEN”

Volgens STAP is deze reclame-uiting in strijd met artikelen 1 en 6.4 van de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken.

De uiting spoort mannen aan het glas bier te legen, maar de krachtige manier waarop dit gebeurt suggereert dat dit met stevige consumptie gepaard gaat. Dit is ook de algemene associatie die bestaat tussen bier en voetbal. Tijdens het kijken naar WK wedstrijden zullen veel mensen schadelijk drinken (“tot de bodem gaan”). Deze uiting refereert hier naar en stimuleert dit schadelijke drinkgedrag. Volgens STAP is de uiting om die reden in strijd met artikel 1 RvA:

#### Artikel 1 RvA

Aangezien onverantwoorde consumptie van alcoholhoudende drank problemen met zich mee kan brengen, is terughoudendheid in alle reclame voor deze drank geboden. Reclame voor alcoholhoudende drank mag geen overmatige of anderszins onverantwoorde consumptie tonen, suggereren of stimuleren.

Daarnaast suggereert de uiting dat de mannelijke voetbalsupporter vooral tot de bodem moet gaan om het Nederlandse team naar een overwinning te brengen. “We zullen tot de bodem moeten gaan mannen”, kun je lezen als “We zullen alles op alles moeten zetten om te winnen mannen” (tegenstander Brazilië was zeer geducht).

De uiting impliceert dat door het drinken van bier, meer steun wordt gegeven aan de spelers, waardoor hun kans om te winnen wordt vergroot.

Deze manier van adverteren is volgens STAP in strijd met artikel 6.4 RvA:

Artikel 6 lid 4 RvA

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet suggereren dat de consumptie van alcoholhoudende drank de sportprestatie positief beïnvloedt.

STAP vraagt de Commissie uitspraak te doen en de klacht van STAP toe te wijzen.

Hoogachtend,



Ir. W. E. van Dalen,  
Directeur STAP - het Nederlands instituut voor alcoholbeleid

Bijlage:

- Reclame-uiting voor Heineken in Metro, 2 juli 2010

Bijlage 1: Reclame-uiting voor Heineken in Metro, 2 juli 2010

