



Stockholm 2007-02-16

Till:
Mattias Grundström, Konsumentverket.

Ert ärendenummer: 2007/654

Angående marknadsföring i Allt om whisky.

Den annonsering vi gjort i Allt om whisky har vi ansett varit i linje med vad som i folkmun kallas för "rim och reson".

Denna bedömning har vi gjort på följande grundval:

- Tidskriftens uppenbara innehåll framgår tydligt av titeln och det råden därmed inget tvivel om att det förekommer alkohol information i olika former.
- Tidskriftens målgrupp är starkt begränsad och mycket medveten om ämnet och dess innebörd.
- Tidskriften kan endast införskaffas genom ett aktivt och medvetet val, innebärande ekonomisk kostnad, genom en prenumeration.
- Tidskriften kan INTE köpas i lösnummer från ordinarie tidskrifts hyllor i butiker eller kiosker.
- Tidningens upplaga är starkt begränsad p.g.a. målgruppens storlek. Påminner mycket starkt om det som kallas "slutet sällskap".
- Vi tror på idén att ringa alkoholförtäring av dyr kvalité är bättre än volymiserad kvanitet.
- Vi är även aktiva i lokala grupper för att ungdomar inte skall nyttja alkohol.

Med vänliga hälsningar

Thomas Sundblom