



Kvinnorganisationernas Samarbetsråd i Alkohol- och Narkotikafrågor

Nyhetsbrev 3, 2014

En av debatterna som KSAN deltog i under Almedalsveckan var IOGT-NTO:s samtal kring temat idrott och alkohol. Tämligen snabbt kom samtalet i panelen från politiskt håll att handla om fotboll och alkohol. Man glömde bort kvinnoperspektivet. Från alkoholsponsorens sida föreföll det som om något sådant som kvinnofotboll inte existerade. Så snart alkoholfrågan kopplades till fotbollen kunde alkoholsponsorerna inte se annat än herrfotboll.

I skuggan av fotbollen lever ridsporten som enligt svenska Ridsportförbundet är vårt lands näst största ungdomsidrott. De flesta utövarna är flickor. Detta faktum undgår inte de alkoholproducerande företagen.

Just nu pågår en av Sveriges största ridtävlingar - Falsterbo Horse Show. Alla vet att fotbollen är den överlägset mest populära sporten i Sverige och får därför också mest publicitet och drar följaktligen till sig flest annonsörer och sponsorer. I Falsterbo finns två stora alkoholproducerande företag representerade - Kopparberg och Moët & Chandon. Deras målgrupp är solklar - unga ridsportintresserade flickor.

Man får inte glömma bort att sätta flickor i fokus när man pratar idrott, alkohol och reklam. Alkoholproducenterna riktar medvetet in sin marknadsföring på unga kvinnor, men tiger gärna om att de gör det. Då är det bekvämare att i debatten begränsa sig till herridrotten.

Är det inte hög tid att ifrågasätta om idrott är en skyddsfaktor för flickor?

Veckans bild



Sponsorer på Falsterbo horse show 2014. Bilder: <http://falsterbohorseshow.se/vara-partners/>

Sifo-reklammetningar för 2013 visar på en fortsatt ökning av investeringar i alkoholreklam i Sverige, från 928 miljoner år 2012 till drygt 1 miljard år 2013.

Vill du boka en föreläsning kring "Tecken i tiden – flickor och läkemedel"? För mer information kontakta Leena Haraké tel: 08-101051 eller leena.harake@ksan.se