

14. maj 2014

Afgørelse – 2014-10 Diskotek Supreme

Alkoholreklamenævnet afholdt den 6. maj 2014 møde, hvor Nævnet behandlede klagen over markedsføring af Diskotek Supreme.

Alkoholreklamenævnet traf følgende afgørelse på mødet.

Afgørelse:

Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol og konstaterer derfor, at klagen omhandler markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, hvorfor Nævnet har kompetence til at behandle sagen.

Alkoholreklamenævnet bemærker herefter, at Nævnet ønsker aktivt at bidrage til en forbedret alkoholkultur, ligesom Nævnets retningslinjer har særligt til formål at beskytte børn og unge.

I denne sag er der konstateret en generel aggressiv markedsføring med udtrykket ”Drik til du revner” som er blevet anvendt som blikfang på Diskotek Supremes Facebook side. Dette opfatter Alkoholreklamenævnet som aggressiv markedsføring, der opfordrer til massiv alkoholindtagelse og dermed et umådeholdent forbrug, hvilket er i strid med retningslinjernes § 3 stk. 2. og må ophøre. Der udtales kritik af denne markedsføring, men Nævnet tager til efterretning, at indklagede har oplyst, at markedsføringen nu er ændret, således at den er i overensstemmelse med retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer.

Sluttelig bemærker Alkoholreklamenævnet, at Retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer særligt har til formål at beskytte børn og unge, jf. retningslinjernes § 1, stk. 2, idet børn og unge og alkohol ikke hører sammen. Markedsføring af alkoholholdige drikkevarer og lignende må derfor aldrig rette sig mod børn og unge, jf. § 6. Det er dog imidlertid ikke, i sig selv, en overtrædelse af retningslinjerne at undlade at nævne at markedsføringen ikke retter sig mod de som er under 18 år.

Venlig hilsen
ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Ejvind Sandal
Formand