

13. november 2014

Afgørelse – 2014-20 Pink Black

Alkoholreklamenævnet afholdt den 23. oktober 2014 møde, hvor Nævnet behandlede klagen over Pink Blacks markedsføring.

Alkoholreklamenævnet traf følgende afgørelse på mødet;

Afgørelse:

Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol, hvorfor Nævnet har kompetence til at behandle sagen. Nævnet understreger, at den faktiske administration af udskænkningen hører under politiets kompetence.

Nævnet ønsker aktivt at bidrage til en forbedret alkoholkultur, ligesom Nævnets retningslinjer har særligt til formål at beskytte børn og unge. Børn og unge har et særligt beskyttelsesbehov grundet deres naturlige godtroenhed, og børn og unge samt alkohol hører ikke sammen. Nævnet lægger derfor vægt på, at de erhvervsdrivende indretter markedsføringen af alkoholholdige drikkevarer således, at der ikke sendes forkerte signaler til de unge om alkoholindtagelse.

Afholdelse af 16+ arrangementer er ikke i sig selv i strid med retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, men når markedsføringen af 16+ arrangementer kombineres med markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, sker der en overtrædelse af retningslinjernes § 6, idet markedsføring af alkoholholdige drikkevarer da retter sig imod børn og unge. Når man betegner et arrangement som værende for 16 årige og opefter, som det er tilfældet her, henvender man sig til unge under 18 år. Markedsføringen må da ikke indeholde alkoholmarkedsføring. Når der reklameres med diverse drinks, øl og shots er der tale om alkoholmarkedsføring til et 16+ arrangement. Dette anser Nævnet som værende en overtrædelse af retningslinjerne.

Vi vil endvidere gerne gøre opmærksom på, at hvor forbuddet mod markedsføring af alkohol rettet mod børn og unge i Markedsføringslovens § 8 stk. 3 opererer med en 18 års grænse, har vi i Alkoholreklamenævnet ikke en skarp 18 års grænse i forhold til begrebet ”børn og unge” i retningslinjerne. Vores børn og unge-begreb er mere flydende, hvorfor også unge over 18 år kan være beskyttet af retningslinjerne.

Nævnet finder, at der i det for Alkoholreklamenævnet fremlagte materiale, er anvendt alkoholmarkedsføring rettet mod børn og unge, hvilket er i strid med Retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarers § 6. Der udtales herved kritik af dette.

Alkoholreklamenævnet tager dog til efterretning, at indklagede på baggrund af klagen har ændret markedsføringspolitik således, at den nu er i overensstemmelse med retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, og vi forventer, at dette også overholdes fremover.

Venlig hilsen
ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Pernille Backhausen
Formand