

16. april 2015

Afgørelse – 2015-1 Efterskolefesten (19-12-2014)

Alkoholreklamenævnet afholdte den 27. marts 2015 møde, hvor Nævnet behandlede klagen over Efterskolefestens markedsføring.

Alkoholreklamenævnet traf følgende afgørelse på mødet;

Afgørelse:

Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol. Da klagen omhandler markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, har Nævnet kompetence til at behandle sagen. Nævnet ønsker samtidig at understrege, at den faktiske administration af udskænkningen hører under politiets kompetence.

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

I denne sag er målgruppen efterskoleelever, idet arrangementet betegnes ”Efterskolefesten”. Det er derfor Nævnets vurdering, at der er tale om markedsføring rettet mod børn og unge. Markedsføringen må da ikke indeholde alkoholmarkedsføring. Dette gælder uanset volumenprocent alkohol, hvilket følger direkte af retningslinjernes § 2, stk. 4:

Ved markedsføring over for børn og unge, jf. § 6, finder retningslinjerne anvendelse på alle alkoholholdige drikkevarer uanset volumenprocent alkohol.

Når der reklameres med fri bar, er der tale om alkoholmarkedsføring til et arrangement for unge under 18 år. Dette er en overtrædelse af retningslinjerne.

Nævnet vil i denne sammenhæng 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 ungebegreb er mere flydende, hvorfor også unge over 18 år kan være beskyttet af retningslinjerne.

Nævnet finder, at der i det for Nævnet fremlagte materiale er anvendt alkoholmarkedsføring rettet mod børn og unge, hvilket er i strid med retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarers § 6.

Der udtales derfor kritik af Efterskolefestens markedsføring, og det forventes, at markedsføringen tilpasses omgående og fremover, så den er i overensstemmelse med retningslinjerne.

Nævnet finder det endvidere utilfredsstillende, at I ikke har taget skridt til at svare på henvendelser, så en dialog kunne være etableret. Såfremt I ikke ændrer jeres markedsføring, så den følger retningslinjerne, vil der blive rettet henvendelse til Forbrugerombudsmanden med anmodning om at tage sagen op, ligesom bevillingsnævnet vil blive inddraget.

Venlig hilsen
ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Pernille Backhausen
Formand