

12/8-2015

Klub Kontra  
Att. Thor Slotsdal

## Afgørelse – 2015-8 Klub Kontra

Alkoholreklamenævnet afholdte den 26. juni 2015 møde, hvor Nævnet behandlede klagen over Klub Kontras 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 bemærker herefter, at Nævnet aktivt ønsker 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.

Afholdelse af arrangementer rettet mod folkeskoleelever og lignende er ikke i sig selv i strid med retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, men når markedsføringen af sådanne 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. Alkoholreklamenævnet kan konstatere, at der ikke længere reklameres med diverse drinks, øl og shots, hvilket indklagede tidligere har fået kritik for, og Nævnet mener derfor ikke, at der er tale om en gentagelsessag.

Det bemærkes imidlertid, at erhvervsdrivende har det endelige ansvar for indholdet på Facebook-sider og lignende, som tilhører den erhvervsdrivende. Alkoholreklamenævnet mener i denne sammenhæng, at erhvervsdrivende løbende skal kontrollere, hvad der forefindes på dennes markedsføringskanaler og sikre, at der ikke er elementer som overtræder retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer. Det betyder i den konkrete sag, at Klub Kontra ikke kan fraskrive sig ansvaret for den pågældende markedsføring af deres event. Dette gælder både for uploads fra tilknyttede promotere og fra potentielle gæster.

Der udtales kritik af billedet af den fordrukne kanin omringet af ølflasker som er uploadet af en promoter, samt af ”Getting Drunk” visualiseringen som er uploadet af en gæst. Nævnet tager til efterretning, at indklagede siden hen har fjernet de påtalte elementer på siden med henblik på at overholde retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer.

Nævnet henstiller til, at man som erhvervsdrivende på digitale platforme vælger at operere med administratorgodkendte indlæg. Hvis man ikke vælger at gøre dette, anbefaler Nævnet en disclaimer på platformene, som informerer om, at der sker en løbende monitorering med henblik på at sikre, at der ikke foregår ulovligheder og informerer om indholdet af reglerne. Det gælder særligt, når der er sider, der henvender sig til børn og/eller unge.

For så vidt angår klagers påstand om overtrædelse af markedsføringslovens § 8, stk. 3 vil vi oplyse, at det er Forbrugerombudsmanden der er håndhæver markedsføringsloven. I denne sammenhæng bemærkes, at alle sager i Alkoholreklamenævnet løbende sendes til Forbrugerombudsmanden til orientering.

Venlig hilsen  
ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Pernille Backhausen  
Formand